

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

2018.11.12 | 第42期 | 总第906期



P28
以优质产品
向行业宣示“我在”

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

P12

大奖揭晓, 时尚再进一步

中国国际时装周 (2019 春夏系列) 圆满落幕

東方時尚中心
ORIENTAL MODERN CENTER

Jean & Nylah

纺织服装周刊

10月31日, “中国国际时装周·东方时尚日”在751D·PARK第一车间精彩上演。



寻找 耀眼 的星

“星”耀东方 “布”凡时尚

评委会大奖



图纹色彩奖



时尚风格奖



市场价值奖



设计服务奖



创新开发奖



东方时尚中心 2018 “中国面料之星” 获奖企业荣耀发布

近日，由《纺织服装周刊》杂志社主办、东方时尚中心冠名的2018年度“中国面料之星”用户满意面料产品调查活动颁奖典礼在2018中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会隆重举行。

历时4个月，数百家企业近千款面料产品参与调查活动，经过层层甄选，评委会大奖、创新开发奖、图纹色彩奖等花落43家优质企业，引发行业极大关注。

纺织服装周刊

(以上排名不分先后)

“中国面料之星”用户满意面料产品调查活动组委会联络人：赵国玲

联系电话：13521507499 (微信同步)、15068579525

即墨服装市场

打造服装全品类一站式采购基地



地址：青岛市即墨区鹤山路920号

TEL: 0532-89061667

纺织服装周刊

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
副主任 董笑妍
编辑/记者 李亚静 陶 红
墨 影 余 辉
武筱婷 徐盼盼
徐 瑶 廖小萱
夏小云
美编 郭 淼
资深摄影 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

从世界工厂到世界市场

11月5~10日,首届中国国际进口博览会隆重举行。172个国家、地区和国际组织如约而来,3600多家企业参展,超过40万名境内外采购商到会洽谈采购。

在服装服饰及日用消费品展区,来自日本的高岛屋带来纯正的日本制造,JQUALITY品牌的代表作“SANYO 风衣”成为其中的一个亮点;知名鞋类设计师跨界创办的纪娜梵品牌,展示了价值3000万元的镶钻高跟鞋。此外,还有韩国的潮流服饰、意大利的配饰、澳洲的羊驼毛制品、印度的毛毯、东南亚的皮具制品等,让人目不暇接。

这个史无前例以“进口”为主题的国家级博览会,为各国开展国际贸易提供新平台,也标志着中国正在成为“世界市场”。在纪念改革开放40周年的重要节点上,中国举办进博会既反映了消费已经超过出口和投资,正在成为中国经济发展主动力的现实,也表明了向中国向世界更加开放的态度。

展会是经济的晴雨表,已经有着60多年历史的“广交会”,是“中国制造”走向全球的生动写照,并逐步助力中国成为“世界工厂”;而今,进博会的盛大举行,则是向世界昭示了中国坚持对外开放,持续推动世界经济的发展的决心,开启中国成为“世界市场”的新里程。

进博会开幕的当日,正值第八届中韩日纤维产业合作会议举行。会上,中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇就此评论说,首届中国国际进口博览会在上海召开,预示着中国经济发展战略进入一个新的阶段,未来将更加追求进出口的平衡,促进国内消费拉动经济发展。

对于进博会的召开,中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示,当前,世界正在经历百年未有之大变局,世界多极化、经济全球化深入发展。身处贸易摩擦风口的中国,一直在积极作为,以更加开放的态度推进经济健康发展。从下调包括服装鞋帽在内的日用消费品关税,到发布《关于扩大进口促进对外贸易平衡发展的意见》,以及首届进博会的举办,都表明中国政府扩大开放、扩大进口的措施力度在不断加大。这为世界纤维产业提供了巨大的发展机遇。

纺织业亦是如此。此前,同在国家会展中心(上海)举行的中纺联秋季展会上,从面料辅料展、服装展、针织展到纺机展、纱线展,汇集了意大利、法国、德国、比利时、瑞士、土耳其、英国、印度、日本、韩国、泰国等国的众多参展商。由杜邦、晓星、英威达、兰精和 OEKO-TEX 等国际知名品牌和机构,集合来自全球的合作厂商与会员展示了特色产品,使国人不出国门便可对接国际市场的最新潮流。

正如孙瑞哲所言,从市场需求看,中国市场正在发生趋势性变化,消费升级已成为当前消费的主旋律,中国市场对于优质的国外产品与服务有着越来越大的需求;从行业看,中国纺织工业已经进入高质量发展的新阶段,以“科技、时尚、绿色”为着力点,正在加快转型升级步伐。中国纺织业热切希望能与各国纺织业界加强合作,共享市场与发展红利。

刘嘉

纺织服装周刊

CONTENTS



12 特别报道 SPECIAL

大奖揭晓,时尚再进一步

中国国际时装周(2019春夏系列)圆满落幕

中国国际时装周(2019春夏系列)以“向阳而生”为主题,从10月25日~11月2日为期9天,发布会数量、设计师参与数量、品牌国际化程度等指数均创历史新高,体现出在中国时尚、中国创意再次起航的新时代,已创立21年的中国国际时装周发挥了强大影响力与辐射力。

6 资讯 INFOS

进博会激发市场消费潜力,全球纺织业迎来新机遇
亨斯迈联手科慕持续扩大DWR领域合作

8 关注 ATTENTION

改革开放让虎门服装遍天下
强化区域合作,共促纤维产业发展

18 柯桥·中国轻纺城专版 CHINA TEXTILE CITY

世界布商大会成果初显 中非共谱纺织合作新篇
在路上,为“不安分”的心

22 专题 FEATURE

魅力织城 再谱华章

28 行业 INDUSTRY

以优质产品向行业宣示“我在”
让女装魅力不凡,面料给出优选答案

2018 · MYANMAR
INTERNATIONAL
TEXTILE &
MACHINERY EXPO

2018中国纺织品(缅甸)品牌展
暨缅甸国际纺织及机械展

>> 报名热线 400-119-0123 <<

• 柯桥区企业,报名前100个摊位,展位费全免(每家企业限报2个摊位) •

2018年12月07-09日 缅甸(仰光)会议中心

展会官网 - www.mmtexfair.com



聚焦 | FOCUS

进博会激发市场消费潜力，全球纺织业迎来新机遇

本刊记者_郝杰

11月5~10日，世界上第一个以进口为主题的国家级展会在国家会展中心(上海)举行。首届进博会全面呈现国际最尖端、最前沿、最具代表性的产品及服务趋势。172个国家、地区和国际组织如约而来，3600多家企业参展，超过40万境内外采购商到会洽谈采购。展会共设服务贸易、汽车、智能及高端装备、消费电子及家电、服装服饰及日用消费品、医疗器械及医药保健、食品及农产品七大展区。

中国拥有世界上最大规模的中等收入群体，当前正面临消费升级，预计未来15年将进口30万亿美元的商品，进博会为全球优质产品进入中国市场提供了良机。这独一无二的盛会，充分展现了中国欢迎各国参与和分享其发展新机遇的姿态。

据了解，服装服饰及日用消费品展区位于5.1和6.1号馆，是国际时尚潮流汇聚地。4万平方米，700多家展商，带来家具、家居、服装、服饰、礼品、美妆、日化、珠宝等板块的产品。新品发布、时尚走秀、彩妆体验等活动同步举行，精彩纷呈。

与其他展区相比，服装服饰展区最突出的特色就是给人以美感。有来自法国、意大利的男女装、皮革，来自日本亲肤可爱的婴童装，还有来自加拿大的家居床品、澳大利亚的羊毛被、韩国的长效保暖马甲、印度的金丝宝石挂毯、厄瓜多尔的帽子、塔吉克斯坦的

围巾、塞内加尔的民族服饰……均是各国的名牌产品，设计精巧，种类丰富，花团锦簇，美不胜收。

对于进博会的召开，中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇评价说，这预示着中国经济发展战略进入一个新的阶段，未来将更加追求进出口的平衡，促进国内消费拉动经济发展。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲则表示，当前，世界正在经历百年未有之大变局，世界多极化、经济全球化深入发展。身处贸易摩擦风口的中国，一直在积极作为，以更加开放的姿态推进经济健康发展。从下调包括服装鞋帽在内的日用消费品关税，到发布《关于扩大进口促进对外贸易平衡发展的意见》，以及首届中国国际进口博览会的举办，表明中国政府扩大开放、扩大进口的措施力度在不断加大。这为世界纤维产业提供了巨大的发展机遇。

从市场需求看，中国市场正在发生趋势性变化，



如意控股集团旗下的日本和法国品牌亮相进博会。

消费升级已成为当前消费的主旋律，中国市场对于优质的国外产品与服务有着越来越大的需求；从行业看，中国纺织工业已经进入高质量发展的新阶段，以“科技、时尚、绿色”为着力点，正在加快转型升级步伐。中国纺织业热切希望能与各国纺织业界加强合作，共享市场与发展红利。

在会场上，由苏州刺绣大师姚建萍团队为本届进博会量身创作的巨幅苏绣作品《玉兰飘香》成为一道特别风景线。

公司 | COMPANY

亨斯迈联手科慕持续扩大 DWR 领域合作

近日，亨斯迈纺织染化和 The Chemours Company FC, LLC (“科慕”)宣布扩大双方在持久防泼水技术(DWR)领域的长期盟友关系。两家公司此次扩大合作，旨在结合双方在产品创新、技术支持和市场营销方面的优势，全面发挥开发和生产新型可持续性DWR化学产品和解决方案的潜力。

科慕于2015年推出的Teflon EcoElite非氟持久防泼水剂，采用Zelan R3技术，耐久防水、性能出色，织物透气性也丝毫不减，符合各项关键行业标准。而近期推出的采用Zelan R2 PLUS

技术的Teflon Eco Dry，更是专注于为所有基材提供高水平的耐久防水性。

2017年，亨斯迈纺织染化推出的PHOBOTEX RSY非氟耐用防泼水剂，专为满足合成纤维和纤维素纤维对抗极端防护、舒适性及耐久性的要求而开发，使用该产品有利于各大品牌提升本身注重环保的形象。

此次亨斯迈纺织染化和科慕再次深度合作，携手引领纺织行业，对推动可持续的纺织行业发展具有重要意义。

(赵国玲)



陕西吉玫时装公司车间。

陕西吉玫时装加工项目 落户彬州

经过半年紧张的筹备，近日，陕西吉玫时装有限公司在彬州市正式投产。陕西吉玫时装加工项目由吉玫时装(上海)有限公司投资1000万元建设，是集服装设计、制版打样、服装技术支持三个核心模块于一身，从整盘系列产品的企划、款式设计到成衣样品、乃至大货生产的全套ODM的支持平台企业。项目占用彬州轻工业园区二期新建厂房面积5000平方米，主要产品是一二线城市品牌时尚羽绒服、大衣、夹克外套等。

吉玫时装(上海)有限公司创建之初就定位“暖时尚”产品，逐步建立完整的供应链管理体系，开发吉玫线上BOM系统，实现设计、采购、委托加工和结算一体化系统管理模式。公司董事长肖华表示，吉玫时装在陕西建厂的愿景是把握中西部市场，使陕西成为品牌的中转站，辐射周边消费群体。(李莞)

直击 | DIRECT

纺织非遗产品以全场最高价成功拍卖



与会代表观看拍卖产品。

由首创非遗创新发展平台举办的“遗珍雅韵——非遗专场拍卖会”于10月28日圆满收锤，拍卖会现场座无虚席，一件件非遗大师作品高价成交，将整场拍卖会不断推向高潮。经过多番激烈竞价后，23件拍品全部成交，以总成交额654000元画上圆满句号，平均溢价率高达85%。

牙舟陶、竹壳雕、水族马尾绣、易水砚、苗族银饰、枫溪瓷、北京漆雕、潮绣湘绣等八部分独具特色的非遗珍品，在本次拍卖会上集中亮相，奇美的造型与精巧的工艺，向观众们呈现了一个瑰丽多彩的艺术世界，也展现出一个个有着丰富

内涵的精神世界。

广东名瑞(集团)股份有限公司总经理蔡中涵携《湘绣狮子图》、《湘绣老虎图》、潮绣《仿古正面圆龙》三件纺织非遗参加了此次拍卖会。作为湘绣乃至中国刺绣在上个世纪留下的珍贵刺绣遗产，《湘绣狮子图》、《湘绣老虎图》均成功拍卖。预展期间就备受关注的纺织非遗产品——潮绣《仿古正面圆龙》，经过数十轮竞价，最终以120000元成交，成交价达到了起拍价格的4倍，成为首创非遗创新发展平台此次非遗专场拍卖会全场最高竞价。据介绍，该作品为潮州潮绣厂于1988年生产的潮绣传统题材艺术精品，采用黄金锤箔、捻线而成的纯金线绣成，绣工细密，龙鳞金光闪耀，呼之欲出，绣面古色古香，又庄重威严。

作为国家级非物质文化遗产马尾绣的传承人、中国水族马尾绣服饰的创始人宋水仙携水族马尾绣《五福临门》、《福泰安康》、《万事呈祥》三件纺织非遗作品参加了此次拍卖会。这三件作品制作过程繁琐复杂、成品古色古香、华美精致、结实耐用、寓意美好，均成功拍卖。(陶红)

波司登 42年积淀成就国货自信

近日，第二十四届中国国际羽绒博览会举办。展会上，在亮相的众多品牌中，刚从纽约时装周上载誉归来的波司登引发了观众热评。

不断推动着品牌转型升级的波司登，无论是之前在水立方举办的“服装行业唯一入选国家品牌计划发布会”还是纽约时装周大秀，新颖亮眼的产品均获得了一致认可，更在海外刮起了一股中国风，可以说是名副其实的“国货自信”成功代表。而高调亮相的波司登通过本次展会，深度诠释品牌升级理念，点名“中国名片”成功之道。

波司登本次参展也延续了以往的高水准，展出的产品颜值与品质兼具，在一众羽绒服精品中脱颖而出，成为了全场焦点，展示了“中国质造”的前沿实力，提振了国货自信。

作为创立于1976年的匠心品牌，波司登一直专注羽绒服研发，其177项专利的底气，以及参与5项国际标准、9项国家标准、4项行业标准的起草修订工作的殊荣，以及超出国家标准高达90%的含绒量等专业性，都奠定了波司登高速成长的根基，引领着行业不断前行。

延续着全新的品牌升级道路，波司登将凝聚一切力量，以大国工匠的标准，积极贯彻工匠精神，持续升级。(陈锋)



第三届
孟加拉达卡国际面料及纱线展览会



2019年1月23-26日
孟加拉达卡国际会议中心

冬季

dhaka
international
yarn
fabric
show
2019

中国国际贸易促进委员会纺织行业分会
地址：北京市朝阳区朝阳门北大街18号1002室，100020
电话：010-85229017
Email: joycewang@ccpittex.com

纺织服装周刊



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

改革开放让虎门服装遍天下

访广东东莞虎门服装服饰产业管理委员会主任谭志强

本刊记者 徐长杰

改革开放为虎门服装产业带来了千载难逢的发展机遇，助推虎门服装产业实现了从无到有、从弱变强的华丽蜕变，奠定了虎门服装产业在业界的重要地位，使虎门服装服饰产业集群成为全国颇有影响力的重要产业集群，成为享誉海内外的中国服装服饰名城。



谭志强

“再一次来到深圳，再次来到广东，我们就是要在向世界宣示：中国改革开放永不停步！下一个40年的中国，定当有让世界刮目相看的新成就！”2018年10月24日上午，习近平总书记在深圳参观“大潮起珠江——广东改革开放40周年展览”时作出了上述表示。

作为改革开放的先行者，广东经济社会发展走在全国前列，它毗邻港澳，是“一带一路”的重要枢纽，具有坚实基础和人缘地缘优势。广东东莞市虎门镇，因虎门销烟而被人所熟知，如今，它已成了“南派”服装的集散基地。改革开放已让虎门镇位居“中国千强镇”前列。

从两家裁缝店到中国服装名城

改革开放40年来，虎门大力发展服装服饰产业，使虎门服装发生了从无到有、从小到大、从弱到强的翻天覆地的变化，形成了规模庞大的产业集群、配套完善的产业链条、成熟发达的市场体系。

截至2017年底，虎门有服装服饰生产加工企业2200多家，总面积251万平方米，从业人员超过20万人，年工业总产值约450亿元，年产服装约4亿件（套）。

据悉，全镇除2200多家生产加工企业外，另有面料辅料企业、物流、绣花、印染、洗水等配套企业，以及咨询、培训、设计、策划等配套服务机构共1000余家，形成了集研发、设计、生产、销售、服务于一体的完整产业链，实现全环节生产销售及配套。有服装服饰及面料辅料市场区域面积约7平方公里，总经营面积245万平方米，有40个专业市场、1.5万经营户，年销售额超900亿元。有各类服装服饰注册品牌50000多个，中国驰名商标2个，广东省著名商标、名牌产品19个，形成了以以纯为龙头，包括三木比迪、快鱼、欧点、卡蔓、乔帛、意澳、衣讯、纽方、鸯娜尔、男眼、欧锐德、欧恰恰等数十家知名品牌（涵盖女装、童装、男装、休闲装）的方阵。

而在改革开放前，虎门全镇只有两家裁缝店，用于满足市民日常更换新衣的需求，由于裁缝店数量有限，市民想换新衣就得排队等待，通常定做一套服装需要排期4~6个月，历经漫长的等待，才能穿上新衣。

广东东莞虎门服装服饰产业管理委员会主任谭志强在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，改革开放为虎门服装产业带来了千载难逢的发展机遇，助推虎门服装产业实现了从无到有、从弱变强的华丽蜕变，不仅使虎门服装产业发展成为虎门的特色、龙头、支柱产业，为虎门的社会经济发展做出了重大贡献，还奠定了虎门服装产业在业界的重要地位，使虎门

服装服饰产业集群成为全国颇有影响力的重要产业集群，使虎门成为享誉海内外的中国服装服饰名城。

服装产业的崛起，让千万人受益

虎门服装产业数十年的发展，经历了漫长而艰辛的过程，这些事情，让虎门服装人记忆犹新——

例如，市场的发展由自发成市到因势利导，从无序到有序实属不易，1993年建造大型的专业服装商场富民时装城（当时名称为“富民商业大厦”），征地、拆迁很顺利，只用了几个月时间，但是引导商户进商场经营却不那么容易，从室外的货架及地摊经营到室内商场经营，观念的转变需要过程，需要反复地做思想工作。

又如，1996年首届中国（虎门）国际服装交易会，作为当时全国第一个镇级国际性交易会在办展之前受到诸多质疑。举办国际性服装展会首先要得到国家有关部门的批准。当初，虎门镇申请举办“96中国（虎门）国际服装交易会”的报告送到纺织工业部时，就受到了质疑，认为镇一级的单位举办国际性服装展会，还从来没有这个先例。后来，纺织工业部的领导和专家亲临虎门，经过实地考察，对虎门服装产业的规模及市场繁荣感到十分震惊，当即拍板批准虎门先办一届“试试看”。由于毫无办展经验，而且当时虎门服装产业虽有那么大的规模，但是因缺乏宣传，在国内尚无知名度，一切只能慢慢摸索。之后的招展等一系列的筹备工作也是困难重重，为了提升交易会及产业的知名度和影响力，甚至连邀请函都不会写的虎门人以拼命三郎的精神，走出去、请进来。当时书记、镇长亲自带队，去全国各个有服装产业的地区拜访，几乎跑遍了当时全国的服装商场和商户。大背包是招展员的常见行头，里面装满了宣传资料，见到服装商场就进，见到商户就发，宣传已成为招展员的一种常态。

正是凭着这种精神，“敢为天下先”的虎门人顶着多方质疑和反对之声，克服一切困难，终于成功举办了首届交易会。1996年11月15日，为期六天的首届中国（虎门）国际服装交易会即“96中国（虎门）国际服装交易会”在广东东莞市虎门镇龙泉商业广场正式开幕，吸引了来自美国、法国、意大利、日本、德国及中国香港、中国台湾等多个国家和地区，以及北京、上海、杭州、大连等主要城市的282家参展商，租用了400多个铺位，参观人数逾40万，成交额达12.6亿元。这一成绩在当时全国展会里实属难得，甚至有些省级展会都做不到。“小镇成功举办国际性展会”这一大胆举措，让业界为之侧目。虎门镇成为全国第一个举办国际性交易会的镇级单位，“96中国（虎门）国际服装交易会”也成为我国首个由镇级举办的服装展会。

历史上，林则徐、蒋广鼎等名人将士托起了虎门，改革



虎门已成了“南派”服装的集散基地。

开放之后，敢为天下先的虎门人首吃螃蟹，成为中国南派服装发源地，服装服饰产业一举成名！扬名至今，诞生了众多商贾名流：黄河集团的郑强辉、以纯集团的郭东林、龙泉集团的张佛恩……

虎门的神奇之处，不止是造就了商贾名流，普通人通过勤奋努力，一样能实现梦想，创造属于自己的新世界。比如，虎门活跃着超过一万多名的服装设计人员。他们有的被称为设计师，有的被称为设计匠。通过他们的妙手设计，千千万万种服装款式走向全国，穿在千万人身上。

多重荣誉下，仍敢于善于寻求突破

谈及虎门这些年的发展经验，谭志强认为，虎门服装服饰产业的发展从无到有、由弱变强，经历了一个漫长的时期。

一是政府因地制宜，找准优势，确立发展服装产业的战略定位。虎门镇雄踞珠江东岸，毗邻广州、深圳、香港、珠海和澳门，南临伶仃洋，交通便利，有着得天独厚的地理优势，但如何才能在大城市的包围之中找到小镇的生存之路，是当时虎门镇政府慎重考虑的问题。上世纪90年代初期，珠三角面临着产业结构调整与转型升级，而虎门镇当时已形成产销一体化的时装城，是全国最大的镇级服装产销基地，全镇拥有上规模的制衣厂500多家，另有织布、印花、定型、漂染等配套工厂50多家，年产各类针织、梭织服装6000多万件（套），经营服装的门店5000多间，年销售总额达60亿元。虎门服装业的先发优势是不言而喻的，而且，作为一个镇，地域面积小，政府比较好管理，全镇一盘棋的局面较容易形成。为此，经过深入研究，虎门镇政府审时度势，决定以承接东南亚劳动密集型服装加工企业转移为基础，选择广州、深圳等周边大城市忽略的服装产业作为支柱产业。1995年，虎门镇党委、镇政府明确提出“服装兴镇”的发展方针，并提出了“建立服装这一龙头产业，使服装产业形成规模经济，获得规模效益”的发展思路。自此，虎门服装开始走上有序发展之路。

二是政府始终如一的大力支持。从当初确定“服装兴镇”的发展目标后，虎门镇政府就一直非常重视服装服饰产业，将其作为强镇富民龙头产业予以引导、扶持、推进，提出“抓住两个龙头，打好一套组合拳”等发展战略，通过加强品牌培育、提升研发设计、引领智能制造、加强知识产权保护，不断助推产业转型升级。

三是不断创新的举措。虎门人一向“敢于吃螃蟹”，在发展产业方面也是如此。1978年，全国首家“三来一补”企业太平手袋厂就诞生于此。此后，虎门建大型服装市场是全国领先，乡镇办服交会也是全国首例（当时省级交易会只有20多个），虎门办“虎门杯”、“微电影”等创意设计大赛，加强研发设计，建设国家级产业服务平台“虎门服装产业协同创新中心”，大力发展电子商务和移动商务，举办时装周，建设创意时尚公社和互利产业链服务平台，做时尚，引潮流等等，几乎每一步都比别人要快。

四是树立以品牌引领产业发展的思路。实施品牌带动战略，引导、鼓励企业注册品牌、争创名牌，使虎门服装走过了“无牌—贴牌—创牌—名牌”的过程，形成了如今5万多个品牌的规模。

五是政府努力做好系列后期服务。在每一个阶段，每一个环节，

政府除了引导、扶持，还注重做好相关的服务。

如今的虎门，借力服装，已成为享誉国内外的以女装、童装、休闲装为特色的“中国服装服饰名城”，荣获了“中国女装名镇”、“中国童装名镇”、“全国服装（休闲服）产业知名品牌创建示范区”、首批“全国纺织模范产业集群”、首批“中国服装产业示范集群”、“国家电子商务示范基地”、“国家火炬计划服装设计与制造产业基地”、“中国百佳产业集群”等多项国家级荣誉。

中国的改革开放还会继续深入，谭志强认为，虎门还有很多方面要突破。

第一，研发的突破。研发是决定产品竞争力的关键因素，虎门服装要往高端发展，就需要不断提升研发水平；第二，品牌的突破。产品的升级就是品牌的升级，就是品牌的聚集和提升。要强化品牌意识，培育更多更好的服装品牌，实现虎门服装总体品牌形象和品牌集群的突破；第三，市场的突破。要整合资源，盘活存量，巩固、提升、扩张虎门服装服饰及配套等专业市场，优化软、硬件环境，发挥富民龙头带动作用，实现市场聚集力与辐射力的突破；第四，人才的突破。人才是当前制约产业发展的一大瓶颈，要优化城市环境与营商环境、生活环境，吸引、留住、培养高端人才，为产业发展提供智力支撑。

新引擎为虎门服装产业改革蓄力

当前，我国经济社会发展迈进新时代，纺织服装业发展进入新时期，“科技、时尚、绿色”正成为行业的新标签、产业的新定位。粤港澳大湾区、滨海湾新区的加快建设，城市、产业、公共服务“三个升级”的加速推进，为虎门新一轮发展提供了难得机遇与强大动力。虎门服装服饰产业发展踏上新征程，正围绕“创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任担当的绿色产业”这一行业发展新定位，大力推进产业转型升级，以打造中国快时尚服装虎门基地为抓手，为行业增添新动能、提供新模式，加快推动服装服饰业从制造业向创意产业、时尚产业、绿色产业、文化产业转变，推进产业高质量发展，引领行业续航前行。

虎门正着力打造产业新引擎，建设现代产业创新服务综合体。承接广州、深圳等周边地区新一波产业转移，引领和推动本地产业升级，提升产业素质和发展质量，引领虎门服装服饰业向高端化、高级化、高效化发展。目前由虎门服装服饰产业管理委员会指导，东莞市创裕实业发展有限公司投资的虎门服装时尚产业创新服务综合体建设项目可行性研究报告已经完成。同时，在这方面，万科也在发力，计划在虎门投资兴建工业地产，支持虎门服装服饰产业发展，目前相关工作已拉开序幕。

在承接产业转移方面，虎门除了筹建新型服装产业园区，还在做产业对接的准备，如与世界各地的知名服装设计研发机构积极磋商，吸引其进驻虎门，提升虎门服装服饰产业的研发水平与集聚效应。

着眼于产业的长远发展，虎门在帮助企业减轻成本、树立品牌上下工夫，如设立中国轻纺城O2O展厅·虎门站，助力企业在虎门采购来自柯桥的优质面料，促进服装企业与面料生产企业的对接，助其降低面料采购成本；促进虎门品牌企业与江西等地生产加工企业对接，助其减轻生产成本。此外，积极搭建展贸平台，继续举办第23届中国（虎门）国际服装交易会暨2018虎门时装周，并计划在展会期间借力欧美工商会，组织一批国外服装专业采购商亲临展会，与本届服交会参展企业进行采购对接。[A]



虎门服装服饰产业发展踏上新征程，正以打造中国快时尚服装虎门基地为抓手，为行业增添新动能、提供新模式，加快推动服装服饰业从制造业向创意产业、时尚产业、绿色产业、文化产业转变。”

纺织服装周刊

第八届中韩日纤维产业合作会议

The 8th China-Korea-Japan Textile & Clothing Conference

2018.11.05 西安



中韩日纤维产业代表共计百余人参会。

强化区域合作，共促纤维产业发展

第八届中韩日纤维产业合作会议在西安举行

本刊记者_郭春花

11月5日，第八届中韩日纤维产业合作会议在古都西安隆重举行，中国纺织工业联合会、韩国纤维产业联合会和日本纤维产业联盟三方代表团共计百余人参会。

中方出席的代表主要有：中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇，会长孙瑞哲，原会长王天凯，副会长杨纪朝、徐迎新、陈大鹏、孙淮滨，副秘书长、外事办公室主任袁红萍，社会责任办公室主任阎岩，中国棉纺织行业协会会长朱北娜，中国印染行业协会会长陈志华，中国服装设计师协会主席张庆辉等来自中国纺织工业联合会各相关部门及专业协会的领导；陕西经济联合会会长党红忠、西安纺织集团有限责任公司总经理卢纪镛、西安纺织集团有限责任公司董事长刘少民、咸阳市新兴纺织工业园管理委员会主任刘毅等来自陕西省协会、产业园、企业的领导。

韩方出席的代表主要有：韩国纤维产业联合会会长成普鹤、常务副会长郑东昌、理事金复兴等。

日方出席的代表主要有：日本纤维产业联盟会长镰原正直、常务副会长上田英志等。

中韩日纤维产业合作研讨机制自2010年建立以来，始终坚持顺应全球化发展潮流，聚焦产业发展核心。八年来，在三方的共同努力下，会议议题不断丰富，产业共识不断夯实，区域合作不断深入。三方在贸易、可持续发展、时尚、科技等领域，提出了许多富有价值的行业方案，推动了许多卓有成效的行业实践，为纤维产业

的繁荣发展做出了杰出贡献。本次会议，三方围绕中韩日纺织工业现状及展望、贸易与通商、可持续发展、时尚科技四个主题展开了热烈讨论。徐迎新主持会议。

孙瑞哲在致辞中说，当前，身处贸易摩擦风口的中国，一直在积极作为，以更加开放的姿态推进经济健康发展。从下调包括服装鞋帽在内的日用消费品关税，到发布《关于扩大进口促进对外贸易平衡发展的意见》，再到今天在上海开幕的首届中国国际进口博览会，中国政府扩大开放、扩大进口的措施力度在不断加大。这为世界纤维产业提供了巨大的发展机遇。

孙瑞哲就三方纺织业的未来合作谈了几点期望：一是希望三方能围绕价值培养良好的经贸生态。树立产业命运共同体意识，强化产业在多边框架内的合作。以自身发展带动他人发展，以协调联动最大限度发挥各自优势。积极推动产业贸易及通商，促进企业跨国经营和供应链上的合作。加强投资与贸易交流，促进优质产业资源在彼此间的高效配置。

二是希望三方能围绕创新打造区域协同优势。依托各自禀赋，围绕行业发展的共同关注点，强化行业科技创新合作。完善合作创新机制，推进行业技术创新、产品创新和模式创新。加快产业创新体系对接，促进人才交流合作。以创意设计、时尚推广、品牌建设为重点领域，提升区域的时尚话语权。

三是希望三方能围绕责任共同推进产业可持续发展。提高责任发展意识，树立绿色发展理念。为利益相

关方负责，共同履行好行业的人本责任、环境责任和市场责任。关注环境与产品安全，促进彼此在纤维制造、印染技术、管理经验等方面的务实合作。

成普鹤发表致辞说，当今全球纺织时装产业聚焦在可持续性与时装领域的大数据、人工智能、物联网所结合的新技术革命，今后纺织业要摒弃过去“设计—制造—使用—废弃”的直线流程，而要采取“设计—制造—使用—回收”的循环流程。因此，韩中日纺织服装业为了在“可持续性”领域确保全球竞争力，应积极探讨共同应对的方案。此外，在时装产业的数码技术创新领域，也可建立共同合作模式并积极行动。

镰原正直指出，当前，世界各地快速推动广域经济联合，但同时保护主义也在抬头。中日韩必须强烈意识到三国是世界纤维产业发达国家以及世界最大的纤维产业聚集地这一优势，由中日韩纤维产业自行验证 FTA/EPA 的意义和效果，并且积极地推动谈判进程。鉴于全世界对包括纤维产品市场的环境和安全问题在内的可持续发展兴趣浓厚的现实，中日韩三国的纤维行业必须携手加以应对。只有中日韩三国的纤维行业鼎力合作满足消费者的严格要求，才能促进纤维产业的今后发展。目前全世界都在关注经济高速发展的亚洲市场，必须在时装成衣的供应链上凭借最新的技术构建商业模式。

党红忠致辞说，陕西是中国重要的纺织工业发展基地，近年来，陕西纺织服装行业紧密围绕供给侧结构

性改革，加快制造模式、经营模式、管理模式创新和产业转型升级，特别是西安现代纺织产业园、咸阳新兴纺织工业园的建设发展，全面推动了陕西纺织业的复苏振兴。

高勇在总结时说，中韩日纤维产业合作会议已经开展八届了，会议从开始举办就设置了四个议题，除了第一个议题“三国纺织行业现状及展望”始终没变外，其他三个议题内容近几年来都有了很大变化。第二个议题，从刚开始谈 FTA 问题，到自由贸易政策，再到贸易通商规则，这是因为世界布局目前已成为三国面临的共同话题。第三个议题，从环境保护到可持续发展，折射出三国纺织业的发展不断提升，跟上了发达国家的步伐。第四个议题，从一开始就强调时尚业的合作，也开展了一系列实际合作，到本届会议转化为时尚科技，这标志着三国纤维产业交流进入了新的领域。

中韩日三国纤维产量超过全球的60%，所以三国纤维产业的交流非常重要，对全球纺织、特别是进入转型期的中国纺织将起到重要影响。高勇建议，中韩日未来更要加强三国纤维产业界的合作。

会议透露，第九届中韩日纤维产业合作会议将于2019年11月在韩国召开。

议题1 中韩日纺织工业现状及展望

在中韩日纺织工业现状及展望议题中，孙淮滨介绍，当前中国纺织工业发展总体呈现五大特点：内需市场持续增长，网络渠道快速扩张；出口呈现恢复性增长，纺织品竞争力更为稳定；生产增速稳中趋缓，供给结构逐步改善；效益情况基本平稳，呈现增长新亮点；投资增速有所放缓，行业结构明显分化。

当前，中国经济发展进入了新时代，已由高速增长阶段转向高质量发展阶段，中国纺织业将通过应用新材料、加快新制造、拓展新应用；夯实时尚根基、建设时尚品牌、运用时尚工具；建设全生命周期绿色体系、社会责任管理体系等措施，打造“科技、时尚、绿色”新纺织，同时将全方位深化国际合作，建立国际化资源配置与产业布局体系。

郑东昌介绍，2011~2016年间，韩国纺织服装行业的企业规模小型化特征日益突出；因招工难、劳动成本上升、国际采购增加等原因，生产出货指数有所下降；国内需低迷、进口增加等原因，库存指数呈上升态势；2018年1~8月，韩国纺织品服装出口95亿美元，同比增长4.8%，进口107亿美元，同比增长12.7%。

郑东昌预测，出口方面，随着全球经济扩张拉动需求增长，原料价格走高，出口单价也随之上升，预计出口将会小幅增长；进口方面，由于国内产量减少，越南等全球采购增加，预计进口将继续增长；生产方面，可能面临着招工难、工资上涨等生产条件恶化的形势；内需方面，随着政府增加财政支出、居民收入增长等，预计市场规模将小幅增长。

日本化学纤维协会会长和贺昌之介绍，近几年来，日本纤维产业的生产指数趋于下降，化纤消费转向了非服装用途，其份额从2000年的66%达到2017年的82%，服装市场规模2016年达到了约9.2万亿日元，其中电子商务市场稳步扩大。

和贺昌之还介绍说，未来日本纤维产业的发展课题将集中在应对贸易问题，推动全球化、向海外展开；通过技术开发、跨行业合作等开拓新市场；环境保护与产品安全；打造利用物联网的新商业模式；推动标准化(JIS/ISO)等几方面。

议题2 贸易与通商

在贸易与通商议题环节，金复兴介绍，截至2017年，韩国纺织行业境外投资总额90亿美元，特别是自2010年正式启动 TPP 谈判以来，对越南的投资继续增加，对华投资呈下降态势，越南目前是韩国最大的投资目的地，占境外投资总额的48%。对中国进出口方面，2017年进口20亿美元，出口62亿美元，材料、纱线出口增长，服装、织物进口呈增长态势；对日本进出口方面，2017年出口7.7亿美元，进口5.2亿美元，纱线、织物出口增长，织物进口也呈增长趋势。

日本纤维产业联盟执行秘书兼会长助理上田司介绍了针对中日韩通商问题日本纺织所实施的举措。他认为，通过区域全面经济伙伴关系(RCEP)协定、中日韩 FTA 早期签署实现的亚洲高水平自由化对中日韩三国纺织产业发展有积极作用。境外投资方面，日本纺织将加大对东盟(越南等)的投资，投资对象从服装用途扩大到产业用纺织品领域，对日本国内的投资也将继续扩大。

中国纺织工业联合会产业经济研究院副院长赵明霞介绍，2018年以来，在国际市场需求回暖带动下，中国纺织行业出口恢复增长，对日本出口增速平稳回升，对韩国出口有所减少。在人民币升值和内需升级带动下，中国纺织品服装进口实现较快增长，自日本和韩国进口增速均较为平稳。

在对外投资方面，近年来，中国纺织业对外投资持续增加，制造布局与资源配置双线并行。2013~2017年，中国纺织行业对外投资额累计为88.1亿美元，平均增长18.9%，占中国制造业对外投资额的7.6%。

议题3 可持续发展

在可持续发展议题环节，日本纤维产业联盟环境与安全问题委员会主任长保幸介绍了亟待解决的各种可持续性问题、各国法律法规的现状、三国关联状况的现状、国际性企业集团的动向等，并提出相应解决方案。

阎岩介绍了中国纺织服装产业的可持续发展实践。当前，绿色发展已经成为共识，行业绿色发展的形态正在从被动履行责任向以责任创造价值转变。中纺联高度重视行业环境问题，以节能减排、清洁生产、资源综合利用为重点开展工作。中纺联社责办更是响应全球可持续发展目标(SDGs)，率先制定本行业的社会责任发展目标。未来，中国纺织将在落实行业可持续发展和防止污染等方面加强推动力度。

韩国 FITI 研究院研发部主任金裕谦介绍了韩国实施 Higg Index 的情况。他介绍，韩国正在考虑实施 Higg 指数，该指数将目前工业使用的环境管理和化学品管理计划联系起来。同时，韩国正在加强与国际组织和政府机构的合作，扩大与服务提供商的合作。

议题4 时尚科技

在时尚科技议题环节，中国服装协会副秘书长兼产业部主任杜岩冰说，数字经济时代为建设“科技、时尚、绿色”纺织提供了良好机遇。他介绍了数字化设计、智能生产、物联网技术、大数据 & 新零售等数字技术在中国服装行业中的应用，并提出中日韩三国今后要加强信息沟通、开展技术交流、推动产业合作等建议。

韩国时装协会第二事业部部长申喜珍介绍，当前第四次工业革命正掀起时装产业的范式变化，韩国时装行业在这场工业革命中也做了一些开拓，例如利用增强现实技术的虚拟试衣，利用人工智能技术的模特推荐等。

日本纤维产业联盟执行秘书助理小寺芳仲介绍，当前，人工智能(AI)的机械学习、深度学习、图像识别取得了很大进步，AI、IoT 的发展使以前不能实现的庞大数据的收集、分析等成为可能，这是创造、提供新附加值、解决方案的有效方法，未来可能从根本上变革纤维、时装产业。TA

纺织服装周刊



中国国际时装周对中国时尚产业的发展发挥了强大的影响力与辐射力。

大奖揭晓，时尚再进一步

中国国际时装周(2019春夏系列)圆满落幕

本刊记者_董笑妍 吕杨 王振宇 李芳 刘萍 徐长杰 / 文 关云鹤 / 摄

中国国际时装周(2019春夏系列)以“向阳而生”为主题,从10月25日~11月2日为期9天,发布会数量、设计师参与数量、品牌国际化程度等指数均创历史新高,体现出在中国时尚、中国创意再次起航的新时代,已创立21年的中国国际时装周发挥了强大影响力与辐射力。

11月2日晚,EP雅莹在北京751D·PARK 79罐隆重发布主题为“融生”的2019春夏系列新品,为中国国际时装周(2019春夏系列)画上完美句号。

中国纺织工业联合会党委书记兼秘书长高勇,会长孙瑞哲,原会长杜钰洲、王天凯,副会长夏令敏,党委副书记陈伟康,纪委书记王久新,副会长徐迎新、陈大鹏,中国服装设计师协会主席张庆辉、原主席李当岐等领导及嘉宾出席闭幕活动。

在EP雅莹大秀后,EP雅莹之夜——中国国际时装周闭幕式暨中国时尚大奖2018年度颁奖典礼也盛大举行,备受业内外关注的中国时尚大奖2018年度中国时装设计“金顶奖”、最佳时装设计师、中国十佳时装设计师等职业设计师奖,最佳职业时装模特、中国十佳职业时装模特等职业模特奖,以及最佳时装摄影师、最佳时装评论员和时尚品牌奖等职业精英和时装(成衣)品牌奖在颁奖典礼中一一揭晓。

深入链接产业资源

本季时装周系列活动中品牌和设计师所发布的时装已基本覆盖时尚全产业链,包括女装、男装、运动装、

休闲装、羽绒服、牛仔装、潮牌服装、婚纱礼服、童装、亲子装等服装品类,以及箱包、鞋帽、眼镜、丝巾等配饰产品。品牌产品越来越丰富、越来越多元化,设计师们的创意设计越来越精细化、风格定位越来越清晰,集中呈现出本届时装周上的中国时尚产业新特点,同时彰显着中国国际时装周推动、繁荣中国时尚产业的重要支撑作用。

在本季时装周中,首次单独辟出了童装系列发布,26场充满童趣的时尚发布显现出时装周紧密贴合产业发展、全面链接产业资源的重要平台作用。这一板块的辟出,将对当前市场发展速度快、潜力大、趋势好的童装产业发挥积极的推动作用。

作为中国国际时装周的官方配套展会,DHUB设计汇以高匹配度和有效性的服务,多维度整合优势资源,为来自世界各地的买手及行业人士搭建起一个促进商贸对接与合作的商业平台。本次DHUB设计汇2019SS历时4天,完成了从面料、设计、生产、加工到终端销售的闭环生态模式的搭建。

本届时装周开幕酒会上,由郭培、劳伦斯·许、陈野槐、兰玉、盛朝、马艳丽、张志峰、马樱、王培沂、

熊英10位中国高级定制设计师共同发起的“中国高级定制委员会”正式成立,将着力发掘和培育中国顶尖高级定制设计人才,充分运用中国悠久璀璨的文化遗产,进一步促进中国高级定制时装与全球时尚产业接轨,赢取高端时尚领域的话语权。

时尚彰显文化自信

对中国传统文化的传承与创新,历来都是中国国际时装周上设计师们的创作重点。正如中国服装设计师协会主席张庆辉所言,有着20余年历史的中国国际时装周一直有一个鲜明的特点,就是对于中国传统文化和本土时尚元素的传承和运用。而本届时装周上设计师们带来的对于传统文化、民族服饰、非遗项目等丰富多彩的创意展示,充分体现出当代中国时装设计师们在全球时尚产业发展的大语境下,立足时代发展背景对于文化传承的全新表达。

在个性化、多元化、绿色化消费浪潮,及互联网、大数据、智能制造等新型技术的影响下,众多设计师的作品强烈彰显着原创设计、风格特色、工艺创新、精神传承和时代特征。对于中国文化的表达,设

计师们完美彰显出当代中国时尚的风貌特质,以去符号化为典型的转变,在他们的设计作品中从传统面料的创新、传统礼制的结构改变,到山水地貌、人文风俗的巧思妙想,中国文化作为时代生活方式的集中体现和创意精神所在,构建起中国时尚产业新时代的新优势,向全世界表达“依托于东方美学价值,根植于中国传统文化的时尚的标准”。

开放融入时代万象

如何通过有效的生产力要素整合,发挥时尚在引领产业转型升级中的核心作用,关系中国时尚话语权的构建,也关系到文化自信的最好表达。中国国际时装周将面向未来的视线放在成为一个能够综合实现全球性时尚相关产业联动,并对内获得用户时间和用户黏性的综合性平台。

本届时装周时尚领地延伸至国际级人文地标——鸟巢,通过邀请具有国际影响力的设计师进行时尚发布,中国国际时装周在促进商贸文化合作、深入城市生活、带动城市时尚方面迈出了新的一步。

面对消费升级、商业变革和信息革命带来的颠覆性冲击,如何缩短创意设计、时尚流行和普通大众、市场之间的时空距离,成为当代时尚产业面对的最直接问题。本届时装周积极采取数字化信息手段,通过与各大门户网站战略合作,提升信息发布及时性、大众活动参与互动度。

时装周也是助推新秀设计师成长的摇篮,中国年轻创意群体在本季时装周上展现出的风采,以及对于文化、创意、设计、生活、商业的全新答案,让人们清晰地看到了充满希望的未来。

2018 年度中国时尚大奖颁奖

由中国国际时装周组委会组织的年度专业评选活动“中国时尚大奖”,伴随时装周一路前行,一年一届的颁奖典礼已成为中国时尚界年终盘点和业界精英相互交流的年度盛会,吸引着业内外的广泛关注。



第22届中国时装设计“金顶奖”:赵卉洲
“金顶奖”提名设计师:楚艳、张义超



2018年度最佳时装设计师
最佳女装设计师:王玉涛 最佳男装设计师:潘怡良



第24届中国十佳时装设计师:
余倩、史宏伟、黄丽、杨晶晶、林栖、李迎、黄刚、朱光妍、郝为民、杜雷杨



2018年度时尚品牌奖:
九五丝御、裕大华1919、香云故里、刘盛毅、楚和听香、白鹿语、EVE CINA、Grace Chen、d.VII、LANDI



2018年度最佳职业时装模特
最佳女模特:张龄月 最佳男模特:王晨铭



第21届中国十佳职业时装模特
女模特:马煜晗、王涵、吕佳纳、刘春杰、许靖、肖瑶、张龄月、赵艳、姜贝贝、梁向清



第21届中国十佳职业时装模特
男模特:王晨铭、王皓东、叶翔、刘浩、许伯朗、杨昊、张鑫、张中煜、张文辉、臧振学



2018年度最佳时装评论员:王丹阳
2018年度最佳时装摄影师:王同

2018年度最佳化妆造型师:(空缺)

闭幕大秀



雅莹集团股份有限公司荣获中国国际时装周组委会主席特别奖。

EP 雅莹之夜，让世界聆听中国时尚乐章

11月2日晚，751D·PARK 79 罐内，EP 雅莹上演了中国国际时装周（2019春夏系列）闭幕大秀“EP 雅莹之夜”，并获得中国国际时装周组委会主席特别奖。

圆形秀场内环绕着巨幅光影墙，与中心艺术装置 Nautilus 呼应变幻，通过数字科技实现了音乐、光线、视觉的融合对话，使人仿佛置身于美丽震撼的色彩影像之中，呈现出一场澎湃绮丽的全视听多媒体互动体验。

本季大秀以“融生”为主题，以双品牌发布了“EP2019 春夏系列”及“雅莹高级定制系列”，表达了 EP 雅莹对自然天地的敬畏及对中国文化的尊崇。

EP2019 春夏系列首先登场，水天之蓝与东方之红在此交融，珍贵的丝绸与精致的刺绣展现精致魅力，将品牌平衡之道的哲学融入于红蓝白的色彩搭配之中，演绎出具有当代感的色彩艺术。

剪裁利落的西装外套与柔美浪漫的连衣长裙，在时髦摩登的时装造型中展现了当代女性的优雅姿态，及独立自主的女性力量；精选的材质承载着品牌的情感，以考究的精细提花、立体蕾丝、刺绣等工艺，搭配丝绸面料，呈现了对于高品质时装的精益求精；3D 钉珠、手工真丝刺绣等东方元素，结合镶边与编绳的传统工艺，精致的细节刻画出浪漫优雅的女性气质。

雅莹 2019 高级定制系列随后亮相，秉承大道至简，用当代设计语言深入浅出地诠释中国美学，以十二章纹为创意核心，以云裳、物华、国色作为灵感，由雅莹刺绣工坊的工匠投入近 3 万个小时，匠心呈现当代中国风优雅。

利落套装以全手工立体裁剪呈现，腰部和袖型采用旋转式斜裁，简洁干练的线条中缀以传统的海水江崖纹，灵动的流苏、如意马蹄袖、创新的裙式外套共同传递着女性的优雅自信；晚装则淋漓尽致地诠释了精致优雅，将旗袍的经典剪裁曲线与塔状轻纱组合，在女性感十足的长款裙装中融入充满力量感的西装领型元素，并以重工刺绣，激发简约廓型的极致张力。

“世界的 EP，中国的雅莹”，EP 雅莹融合东西方审美和艺术，从全球时尚视角出发，结合中国生活方式，塑造更加当代的产品风格。



10月29日



香云故里·金穗： 见证非遗的未来主义风

10月29日，中国十佳时装设计师、华南农业大学艺术学院教授金穗用高科技金属香云纱与传统香云纱设计创作的近 50 款时装作品，为中国国际时装周带来了一场从时光沉淀中蜕变出来的美轮美奂的流行风尚。

本次发布的主题为“遇·见”。从“‘非遗’遇见‘非遗’”、“奢华遇见纯朴”、“传统遇见现代”三个方面表达了不同民族文化、不同传统技艺、不同时代发展的碰撞与融合，为现代生活带来人文关怀的温度。

金穗在本季发布作品中打破艺术和科技的界限，以岭南风情的香云纱为载体，与香港理工大学合作，通过高科技开发研制出金属镀覆香云纱材料，并进行服饰设计应用创新，使现代科技在今古对话中，让传统经典融入时尚文化，成为科技创新艺术、艺术时尚科技的亮点。



京城白雪·冯三三： “后宫”的重生与穿越

京城白雪原创高级成衣品牌由设计师冯三三创办，打破传统，将时尚元素与中国文化及非遗相结合，从而呈现出新颖、清新的设计元素。注重服饰的舒适性与功能性，对中国风设计进行新的诠释，将新元素、新理念与国际流行趋势相结合，从而形成了京城白雪的服饰风格。

京城白雪本次以“叶赫那拉”为主题，是一次穿越和宫斗的年度大戏。灵感源自于紫禁城，剖析了当下的热播剧《延禧宫略》、《如懿传》，用接地气的设计手法来诠释主题设计，旨在突出传承中国文化，将趣味性的流行语言和具有代表性的原创卡通图案相结合，使整个秀场在轻松、愉悦、诙谐的情景下完成，从而也表明了有容乃大的一种宽容的设计语言。

宝鼎设计·王飞： 一场“风衣”的高级时装盛宴

本次发布会王飞携“第五季”风衣高级定制系列以“存在的世界（world of being）”为主题，表达理想中“形式”的世界，这个世界是没有变化的，人们通过理性和思想来认识这个世界，以创新潮流为载体向众人宣示现代女性独立自主的新形象。

时尚从无对错之分，趋势是先于生活的潮流，潮流随时间季节而变换，设计师王飞本次与隆丰集团国际研发中心以及 NAFA 北美研发中心深度合作，将皮革、金属丝、生态革、丝麻等材料通过大师们的新工艺手法重新定义，带来全新“第五季”风衣的高级时尚盛宴。打破传统意义上的风衣概念，不再拘束于特定的材质，完成质的改变，这一系列的设计不走寻常路，赋予了风衣更多表现形式，新颖的设计让经典元素跃然新生。



黄刚： 传承、融合与创新

在这场名为“文脉承续——中国结”的时尚发布会中，广东大朗针织时装设计师黄刚以其精湛的设计功底和对传统文化的深刻理解，将两者完美结合并体现在发布会数十套作品中，为现场观众带来一场时尚的饕餮盛宴。此次的发布会，也是今年 3 月份中国国际时装周上黄刚“文脉承续——中国文字”系列作品的延伸。

除了着重于传统文化的发掘与当代时尚的结合，本次发布会的另一个重要特点就是对于最新工艺技术和材质的重视与运用。

在材质方面，设计师亲自设计的真丝面料，使丝绸这一古老传统的材质展现出更具现代时尚潮流的面貌；在工艺技术方面，黄刚与全球针织技术领军者德国斯托尔公司合作，应用后者最新的 ADF 针织横机，设计创造出精美的添纱花型效果，实现设计师对于作品高品质的坚守和追求。



10月30日



David Sylvia·郝为民： 见诸七海，尝情之七味

2019 春夏，David Sylvia·郝为民延引《金刚经》中的“七海”意向，将灵感触向三千世界，探索七海中的情之七味。盐海海的时尚轮转、乳海的香色、酪海的细腻、酥海的肌理、吉祥草海的图样……中国古典的刺绣纹样与清新雅致的复古色调，汇聚成诗词的无声风雅，现代的巧妙造型，在流水般的线条、结构与廓形里一一呈现。

2012 年，怀着对中国文化始终的敬畏与爱慕，郝为民成立了自己的设计工作室，并创办了独立设计师品牌“David Sylvia”。品牌别出心裁之处，在于其有着强烈的西方浪漫主义风情的同时，呈现出古老神秘东方文化的韵味，从而展现出强大的艺术张力。得益于多年的古今中外艺术文化熏陶，郝为民本次发布能够把不同的概念元素贯穿融入现代时尚之中，并通过天马行空的创意，创造出古典美与现代时尚完美结合的作品。诗画创作贯穿了他的生活，也融入了他的服装设计创作中。他用诗画为服装注入鲜活动人的生命力。



绝设·朱光妍： 这场秀里有 1.25 亿年的传说

10月30日，JUSERE 绝设·朱光妍 2019SS 发布会选择在国家体育场鸟巢文化中心举行，这场以《莲语》为主题的定制大秀，看似举重若轻，实则有“莲映鸟巢”的暗合之美。服装从轻盈薄纱到精作手工，从灵动的花色美服到气场全开的扛鼎之作，层层递进，既有服装空灵触碰厚重的无穷创意，更有连接世界的 JUSERE 绝设商业帝国版图。

本季朱光妍在创作中观其形、取其神、立其意，并非单纯将莲的形勾勒呈现，而是结合当代时尚元素，在廓形中直取本质，将古老诗意的传奇细腻叙述，展现莲的风骨与风姿。明媚的色彩与大气的廓形，滤除掉觥筹交错之间的用力过猛，莲花、叶、茎、根的形态，以唯美的姿态出现在礼服的设计中，沉静而自由，这份随性不见怠慢，细节之处亦有它的流光溢彩。

其中，品牌独有的肌理缔造工艺体现了水与莲光影折射的效果，使用解构后的面料在以层叠、软塑、拼接的方式进行创意，收获了线条明暗、虚实相结合的视觉效果，色彩是明媚的，亦是灵动的。

纺织服装周刊

10月31日



SIVICO·乔丹： 肆意妄为与赤诚纯粹

设计师乔丹的可爱之处在于无论何时都直率甚至放肆，但也认真纯粹且诚意满满。这几年，她凭借自己对设计的执念，顶着重名的尴尬，将自己的独立设计品牌 SIVICO 男装作出了自己的风格，形成了气候。此次时装周 2019 春夏系列的主题甚至任性得摸不着头脑：第二套全国中学生广播体操《时代在召唤》。

本次“时代在召唤”系列，乔丹用轻松明快的节奏，多元地复兴了上世纪 90 年代的校园运动风格，并不拘泥于一种运动项目，而是着手扩大了美好学生时代里课间操的点滴，把青春萌动的“小心脏”投射在对男装的小细节处理上。我们可以尽情地唤醒“年少无知”时对荷尔蒙的初次“碰触”。曾经年少的“跨栏背心”、晴天反光的“白色球鞋”、吸引你回头的“骑行帽”、情窦初开时让你驻足欣赏的“高衩泳衣”，一切的一切，都是“第一次”的悸动与挥之不去的记忆，此刻的 SIVICO 乔丹肆意妄为得无比性感。

荣昌夏布·张义超： 花样百变，许一个创变的未来

10月31日，中国著名时装设计师张义超再次携“以文化塑根、非遗注魂、夏布为容、折扇塑形、海棠晕染、瑞兽点睛、古剧作衬”的60套荣昌夏布创意作品如约前来，呈现立足中国传统文化、承载文明基因、融入当代创意思维的非遗活化继承成果。当晚，名模王敏身披夏布彩翼，在点点荧光之中，如灵雀般翩飞于舞台，这一幕令人叹为观止。

张义超在开场时的吟唱配着极具穿越感和梦幻感的背景音乐，展现出设计师综合的文化造詣与结合数字技术创作的更具戏剧性和表演性的新媒体艺术的发布氛围。“宝扇持来入海棠，本教花下动香风”。荣昌的另一项非遗——荣昌折扇成为此次发布的主要设计元素。荣昌折扇的形态以及勾、皱、点、染等绘画艺术语言，与原生态的夏布、安陶、海棠花等时尚因子结合，演绎出中国传统文化在现代背景下的流行潜质。



艾德莱斯出天山： 见证行走的丝路

以国家级非物质文化遗产艾德莱斯绸为灵感演绎的原创大秀——“艾德莱斯出天山”亮相中国国际时装周，为深秋的北京带来天山南北的时尚热情。中国十佳时装



设计师孙秀琴、程应奋、陶陶以及新疆十佳设计师王一桦，设计了一系列民族文化传播与时尚趋势相结合的作品，在模特们的演绎下，天山之花在首都北京绽放，焕发别样的时尚风采。

程应奋“爱丽衣”品牌亲子系列的发布主题为“叶尔羌河对你说”，将中西风格相搭配，浪漫唯美；王一桦作品“蝶变”，设计灵感来源于各种美丽的蝴蝶，选用了乌兹别克斯坦的艾德莱斯绸面料，红色蓝色的蝴蝶状图案在绿色的底布上分外夺目；陶陶则综合西域人文特征和古丝绸之路的文化内涵，写意般的创作手法，以“楼兰梦”为发布主题；孙秀琴通过“艾德莱斯丝随想”，用“彩韵”和“碰撞”两个系列来诠释艾德莱斯的魅力。

11月1日



HUI & EACHWAY·赵卉洲： 一次注定不凡的回归

11月1日，艺之卉时尚集团携旗下中国原创设计品牌 HUI & EACHWAY 全新 2019 春夏系“Girl Up”亮相时装周。自 1997 年创立，艺之卉时尚集团从含苞吐蕊到绚烂绽放，本次更是借由“美人鱼”的蜕变，在鸟巢文化中心上演了一场充满女性独立意识的时装盛宴。

时隔三年，赵卉洲重回中国国际时装周。经过几年的欧洲游学，在赵卉洲的作品上我们清晰可见这份履历的印记，而作为有着品牌支撑的艺之卉，它同时对产品需求端有着深刻洞察力，朋友圈中赞叹这一次赵卉洲的“不一样”，似乎注定她这一次的回归，是王者的归来。

看完当晚的这场秀，不知有多少设计师会深深感慨。中西文化的珠联璧合，让赵卉洲的设计更加老练与流畅，甚至可以说从作品外观上就能看出她对设计的驾轻就熟。

而记者在现场更是感受到了这样几个特点：材料更加考究，在面料的选择上，赵卉洲明显对品质有着严格的把控，同时更多地选用了能够呈现女性柔美的薄纱为主面料，即使是皮质面料，也一改以往厚重形象；色彩更具备持内敛的淡雅之风，暗灰色、柔粉色、淡黄以及清雅的蓝绿色，赵卉洲所理解的都市女性，有一种内方外圆之美，有自己的主见，却不具有侵略性。



Beautyberry·王玉涛： 我已随风化作“你”的影

杰出的诗人往往会将曾经的作品焚毁，拙劣的诗人才喜欢“朝花夕拾”。王玉涛再登“金顶”之后，就决定重新再来。这一季 Beautyberry 重新出发，里程碑属于过去，未来会岁月更好。

本季主题：我，是你霓虹下的影子。低沉慵懒的音乐强迫你大胆恣意，服装冲撞的色彩、干净的剪裁、新颖的设计与舒适的面料让被服装包裹下的身躯爆发出前卫的力量与独立，迸发青年冲动。我们很难用“高级”或者“干净”这种单薄的词汇描述王玉涛，“漂亮”对他来说过于简单，千帆过尽，他早已轻松化繁为简，举重若轻是因为洗净铅华，不屑造作是因为独孤求败。因此 Beautyberry 打破服装对身体的束缚，化为“会呼吸的肌肤般”萦绕于身，这种“化有为无”是他与服装的默契，分毫不差的精准是多年不懈的馈赠。



东方时尚日： 打造中国服装原创设计的价值生态圈

10月31日，由东方时尚中心创办的流行趋势发布主题活动日“中国国际时装周·东方时尚日”在 751D·PARK 第一车间精彩上演。早在 2017 年，东方时尚中心成为中国国际时装周 DHUB 战略合作伙伴，并每年在国际时装周舞台上，举办“东方时尚日”发布活动，将设计师服务理念不断深化和延伸。

自上一季首度亮相中国国际时装周便广受关注的东方时尚中心设计师 Jean&Nylah·杨晶晶 & 孙婷，再次发布全新系列，诠释独立女性“亦柔亦刚”的新形象。本次大秀灵感来源于冰岛冷峻而具有力量感的自然景观，昼夜交替的神秘景象，富有层次感，又变幻莫测。以“冰岛之夜”为主题，分为“裳”、“裂”、“合”、“耀”四个系列。

东方时尚中心签约设计师王晨光发布了个人同名品牌 CHENGGUANG WANG 2019 春夏系列，其独立不盲从的设计理念和融入手绣、手绘等形式的设计风格独树一帜。此次发布以“霰”为主题，冰霰，本意为雪珠，空中落下的白色不透明小冰晶。“好雪片片，不落别处”，设计师将这份铅华洗净的剔透大胆融入全新系列中，跳出“高冷”，从全新角度探寻世俗中真实的自己。



纺织服装周刊



M13 系列·张肇达： 让新中式成衣跨越东西界限

M13 系列是著名设计师张肇达近年推出的新中式成衣系列，一个让中式服装不再带有浓重的中式味道，能够跨越东西界限、轻松融入现代生活的新中式品牌。本次发布创作灵感来源于中式服装中宽衣博袖的结构特点，以及其叠搭的层次感。

本次发布共有五个系列，在整体设计中，张肇达尝试在固有的东方思维模式中，加入更多现代中国人的观念，以直线条的袍型为基础，保留了古人对服装的追求，以不突出身体轮廓为重点，让身体在衣服中不受约束。将宽衣博袖的特点解构，融入镂空、开衩、褶皱以及绑带的设计，在保有宽松的空气感之余，增加了服装的开放性、便利性。

ZENGFENGFEI·曾凤飞： 拾载耕耘在厦门 街街巷巷生心相

11月1日，曾凤飞以“拾相”为主题，为人们深情诠释了他眼中的厦门。曾凤飞擅长从浩如烟海的传统文化中选取中国元素，结合现代服饰的时尚剪裁，巧妙地将文化意境穿插于现代实用服饰中，形成风格独特的现代中式男装，衬托出中国男人华而不俗、简而不易的儒雅气质。独特的定制面料和精细的做工，进一步衬托出现代时尚的中国气质。

在这个现代化碰撞着传统的时代，ZENGFENGFEI 选择用时尚的现代风格与中国风的传统风格相结合，使得服装既有着古典文化的典雅精致，也具备生活化的简约舒适。TA





2018 首届世界布商大会后，首个国际代表团——东非代表团走进柯桥。



东非代表团成员考察国家纺织面料馆。

世界布商大会成果初显 中非共谱纺织合作新篇

东非国家投资环境研讨会在绍兴柯桥召开

本刊记者 王利 文 / 摄

在今年9月份的中非合作论坛北京峰会上，国家主席习近平在讲话中明确提出希望在未来3年增加100亿美元中国对非洲投资，这将进一步推动中非合作从量的积累迈向质的飞跃，开创中非合作共赢、共同发展的新时代。

为落实2018中非合作论坛北京峰会成果，应世界布商大会理事会邀请，联合国国际贸易中心、埃塞俄比亚和肯尼亚投资促进高级官员和行业专家代表团专门赴柯桥参观考察。11月3日，东非国家投资环境研讨会在柯桥东方山水金沙酒店成功召开，百余名国内外代表齐聚一堂，探讨中非合作共赢之路。

本次会议由联合国国际贸易中心(ITC)、中国纺织品进出口商会(CCCIT)主办，绍兴市柯桥区商务局、绍兴市柯桥区中国轻纺城市建设管理委员会、绍兴市柯桥区柯桥街道中国轻纺城国际商会协办，网上轻纺城、全球纺织网支持。

埃塞俄比亚投资促进委员会代理主席Teka Entehabu，肯尼亚投资促进局局长Moses Ikiara，英国国际发展部非洲制造高级投资顾问Gail Warrandar，联合国国际贸易中心项目顾问毛天羽以及中国纺织品进出口商会副会长张锡安，绍兴市柯桥区委常委、常务副区长诸剑明，绍兴市柯桥区商务局局长谭科，绍兴市柯桥

区中国轻纺城建设管理委员会党委书记张伟江，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会党工委副书记、副主任徐海芳，中国轻纺城网络有限公司总经理韩冲等领导嘉宾出席会议。

此外，一行人还参观考察了中国轻纺城展示中心、中国轻纺城联合市场、国家纺织面料馆，详细了解了中国轻纺城的发展历程、纺织业进出口、科技创新服务等情况，对柯桥紧抓科技创新驱动、建设人才生态最优区、打造新时期国际纺织之都的做法表示赞赏。

挖掘新商机，携手促发展

2015年底，中非合作论坛约翰内斯堡峰会取得巨大成功，中国国家主席习近平同非洲国家领导人共同绘就中非合作发展新蓝图，为发展中非全面战略合作伙伴关系指明了方向，注入了强劲动力。今年9月份中非合作论坛北京峰会成功举办，进一步推动中非合作从量的积累迈向质的飞跃。那么中非纺织业合作如何

何？柯桥纺织企业走出去的优势又在哪里？

张锡安指出，自2001年底中国加入WTO以来，纺织服装业成为受益最大的行业之一，出口持续高速增长。中国是非洲重要的贸易投资伙伴，对非洲经济发展的重要性不言而喻。当前，中国的制造业加速对外转移，国内中产阶级规模扩大，对进口消费品的需求出现明显增长。在纺织服装领域，纺织服装是中国以及东非各国进行对外贸易的重要产品之一，但中国与东非各国的双边贸易还有进一步提升的空间，在纺织服装领域的贸易和投资机会潜力巨大。

诸剑明在致辞中指出，依托“产业+市场”的独特优势，柯桥成为中国最大的纺织产业集群基地之一，拥有全球规模最大、产品最齐全的纺织品集散中心——中国轻纺城，全球近1/4的纺织产品在此交易，销售网络遍布世界192个国家和地区。前不久，响应“一带一路”倡议，柯桥成功举办了首届世界布商大会，来自全球30余个国家和地区的1200余名纺织业精英齐聚柯桥，共同探讨全球纺织发展方向，既促进了纺织行业国际合作，也提升了柯桥纺织产业的国际影响力和行业话语权，收到了很好的效果。

诸剑明认为，埃塞俄比亚和肯尼亚是东非两个非常重要的国家，纺织服装产业发展具有巨大的潜力和优势。此次，东非代表团来柯桥参观考察，并召开东非国家投资环境研讨会，与柯桥的纺织企业进行面对面交流对接，必将有力推动中国与东非国家，柯桥与东非国家之间的产业合作、贸易发展。

紧抓契机，构建全球价值链

根据世界银行数据和其他研究显示：增加贸易和投资的最有效途径是加入全球价值链。那么，纺织和服装业价值链的路在何方？柯桥的纺织企业面临哪些机遇和挑战？

毛天羽指出，在上世纪80年代初，柯桥只是很小的市场，经过改革开放40年的发展，柯桥已逐步成为全球知名纺织集散中心，这也是未来东非各国纺织业发展的必经之路，而这也恰是投资企业的机遇。10年前，联合国一直致力于帮助中国在的发展中国家的中小企业发展，如今联合国将继续帮助中非等发展中国家的经济发展，促进中非携手进步。

Gail Warrandar表示，埃塞俄比亚和肯尼亚的经济发展在非洲占据领先地位，中非的合作将提供更多就业机会，进一步推动双方经济发展。同时，Gail Warrandar希望通过本次会议，让柯桥企业找到合适的投资国家，为各国纺织



东非代表团参观中国轻纺城展示中心。



东非代表团走访中国轻纺城联合市场。

服装领域到东非投资树立样板。

随着柯桥纺织经济的发展，全球价值链体系构建步伐逐步加快，而出国投资是其中重要的一步，那么出国投资有哪些注意事项？作为第三方代表，EQUICEPTION咨询公司总裁Auret van Heerden建议，出国投资需考虑原材料及中间产品的供货来源、产品质量、可靠程度以及劳动力的质量、交货时间、运输或物流、海关效率、本地供应商质量等多方面因素。

投资解析，中非业界互动交流

埃塞俄比亚和肯尼亚作为非洲经济发展较快的两个国家，各自有哪些优势？能为投资企业提供怎样的便利？

Teka Entehabu表示，埃塞俄比亚是世界上增速最快的经济体之一，在吸引外商直接投资方面经验丰富。过去的十年里，作为埃塞俄比亚的新兴产业，纺织服装产业生产总值增长了4倍，出口急剧增加。Teka Entehabu指出，埃塞俄比亚的投资优势主要表现在：人口优势，非洲第二人口大国，正以每年230万人的速度增长，60%的人口均为低龄组；政策优势，实质性措施是税金的减免，一些工业园区有8~10年免征关税的政策，对出口的产品也实行免关税，并提供海关便利；体制优势，设立了埃塞俄比亚投资委员会，可以给各国投资者提供一站式服务；基础设施优势，改建电力、污水处理设施和交通等基础设施，通过绿色发电支持工业化进程，确保绿色可持续发展。

埃塞俄比亚编织和针织业发展局局长Enawgaw Nigusie介绍了该国的纺织业发展概况、成功案例、纺织投资机遇、投资优势等。他表示，埃塞俄比亚拥有300万公顷土地适合棉花种植，纺织原材料丰富，还有廉价的人力、电力供应，可免税进入美国和欧洲市场。值得一提的是，2010年埃塞俄比亚成立了纺织业发展署，专门为投资者提供相关支持和服务。

Moses Ikiara表示，肯尼亚是通往东非和中非地区的门户，拥有以下投资优势：稳定的宏观经济环境，经济结构多元化，经济环境长期保持强劲，应对各类挑战；经济高度自由，政府推行管制改革，企业利润及股利汇付无外汇管制、进出口授权或限制；高学历高技能人才丰富，易于培训、雇佣成本低、工作效率高、爱岗敬业；基础设施高度先进，道路、国内机场、国际机场、标准轨距铁路、两大主要海港等交通网络发达；完善且具有重大意义的私营部门。

肯尼亚工业与贸易部棉花纺织与服装处的技术顾问Ann Wamae表示，自AGOA政策实施以来，肯尼亚连续四年稳居撒哈拉以南非洲国家对美国的服装出口冠军宝座，拥有超过1700万的大量熟练劳动力人口，80%的土地适合棉花生产，是世界第八大地热发电生产国，除了提供现有的高质量道路外，新的SGR蒙-内铁路让快速便捷的海上运输成为可能。

研讨会现场，埃塞俄比亚和肯尼亚代表分别介绍了两国的投资优势。中国轻纺城金华商会长江有财代表柯桥企业咨询了如何保证投资安全、如何将国外财产转移到国内、如何维护企业利益、是否能申请当地贷款等问题，埃塞俄比亚和肯尼亚方面给出了详尽的答复。

作为2018首届世界布商大会后，首次走进柯桥的国际代表团，本次东非代表团的考察行动及投资研讨会意义深远，有利于促进中非纺织服装领域进一步交流合作，携手共创“一带一路”中非合作的柯桥样板，为柯桥与更多国家的合作共赢提供新思路、新方向。TA



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。

纺织服装周刊



中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝（前右二）一行走访织交会，见证了大朗毛织产业的繁荣景象。



魅力织城 再谱华章

第十七届中国（大朗）国际毛织产品交易会圆满闭幕

本刊记者 _ 徐长杰

2018年正值改革开放40周年，作为改革开放的亲历者和见证者，大朗毛织业40年的发展史正是中国纺织工业发展的缩影。2018年的秋天，在广东全省上下贯彻落实习近平总书记视察广东重要讲话精神的热潮中，第十七届中国（大朗）国际毛织产品交易会取得了圆满成功。

第十七届中国（大朗）国际毛织产品交易会（以下简称“织交会”）于11月3~5日举行，由中国毛纺织行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会主办，东莞市毛纺织行业协会承办。中国纺织工业联合会副会长、中国针织工业协会会长杨纪朝，中国毛纺织行业协会会长彭燕丽，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长林云峰，东莞市委常委、副市长张冠梓，大朗镇党委书记谢锦波，大朗镇党委副书记、镇长张拔海等领导出席活动。织交会设立了毛织贸易中心主会场、机械专业展馆、环球贸易广场分会场，展览面积超过20万平方米，展位数超2000个。3天展期累计吸引超过5万人次进场参观，总体满意度高达90%以上。

迈着创新的前行脚步，朝着梦想的方向奋进，因毛织产业而闻名世界的大朗，再一次以织交会为契机，成为毛织产业的风向标和聚焦点。

改革，完善毛织产业链

多年来，通过展会的不断探索与尝试，大朗毛织产业链的核心竞争力持续提升。今年的织交会更是大力贯彻落实习近平总书记视察广东时提出的高举改革开放旗帜的精神，通过改革让“首创”“首次”成为亮点。

本届织交会对展会区域进行了改革，首次设立新型纱线区和毛织纱线区。其中，新型纱线区由大朗镇毛纺织行业管理委员会主办，江苏新芳集团承办，展出的新工艺技术开发系列紧紧围绕“绿色、时尚、科技、趋势”的理念，利用半精纺的产能优势及设备更新升级和改造，着力开发新型高支色纺短纤花式纱，突破了进口花式捻线机产能过低和工费过高的禁锢，对整个花式纱线产业的变革具有十分重要的意义。毛织纱线区由新成立的东莞市纺织纱线行业协会承办，展区通过整合大朗14家企业的优质纱线资源，展出纱线数百

种，展示了大朗纱线产业的综合实力。

本届展会吸引了众多优势纱线企业首次参展。例如，首次参展的全球500强企业——美国杜邦集团，其展出的由SORONA纤维织成的面料在触感、弹性、舒适性、色彩性能和记忆保形等方面具有独特的性能，是高性能和可持续发展的完美结合；首次参展的河北美纤展出了由意大利M.ORO CASHMERE色彩研发团队推出的FW2019/2020羊绒趋势色卡，在本届织交会上获得业界的高度赞誉。另外，上海迈宏、张家港浩丰、常熟创富、浙江丰帆等具有一定规模和知名度的机械企业也是首次参展。

一直致力于生物质石墨烯材料开发及应用的济南圣泉同样是首次参展，本次展会上展出的生物质石墨烯内暖纤维，除了具有一般纤维的常规特性外，还具备国际领先水平的利用体温产生远红外线促进微循环功能，集抑菌亲肤、吸湿透气、防紫外线、防静电等功能于一身，在服饰、家纺、美妆、过滤、加热等多个领域向公众展示了面向未来的全新生活方式。

活动，提供交流互动平台

一直以来，大朗织交会都是重行动、重实效的展会，本届展会更是以多场精彩纷呈的活动，调动了交易现场的热烈气氛，打造了优质高效的对接平台。

在2018跨国专业买家采购对接会上，活动承办方欧美工商会充分利用商会资源及自身在海外的影响力，组织邀请了来自俄罗斯、德国、意大利等国的56家国际纺织服装类采购商与大朗本土毛织企业进行面对面洽谈。对接会上，有来自法国、塞尔维亚、俄罗斯、巴基斯坦的5位外籍采购商完成现场交易，交易总额近20万美元。其中塞尔维亚采购商Popovic Aleksandar现场结识了3家新的供应商。

与此同时，由中国毛纺织行业协会和大朗镇人民政府共同举办的“2018年度全国毛纺织产业集群工作交流会”顺利举行，共有来自淮院、海阳、洪合、东胜、南官等30多个产业集群的近百位代表参加。彭燕丽表示，此次产业集群工作交流会是首次在大朗举办，主要目的是希望大家学习大朗镇在集群建设、创新能力、市场规模、品牌影响等方面的工作经验，搭建一个毛纺产业集群之间互相学习、交流沟通的平台，携手为中国毛纺织产业发展贡献智慧和力量。

在国内品牌服装采购对接会上，来自深圳、广州、佛山、中山等珠三角地区的近60家服装品牌企业代表齐聚大朗，多位采购商在订货会上达成合作意向，并表示将与意向企业展开长期合作。

在第二届毛织服装设计师年会上，中国时装设计“金顶奖”获得者李小燕、中国十佳时装设计师张伶俐以及大朗的毛织企业家、品牌负责人等近80人齐聚。年会旨在为大大设计师搭建交流合作和感受新织城魅力的平台，现场气氛十分活跃。

织交会期间还举行了毛织服装设计大赛、流行趋势发布会等专项活动。其中，以“崇‘尚’生活”为主题的第十六届中国（大朗）毛织服装设计大赛在展会期间举行了决赛，大赛共收到参赛作品812份。经过现场答辩、评委近距离观看和评委评分等多个环节，廖一茗、张茹以作品《时光机与流浪者》获得第一名。设计大赛作为国内毛衫集群最具影响力的时尚盛事，对毛织产业集群的发展起到了巨大的推动作用，吸引了更多设计领域的优秀人才加入，为他们搭建了展示才华的舞台。

此外，宁波慈星一事坦格一线成型技术中心开业暨新品发布会、杜邦新材料时尚论坛、众纺供应链O2O平台成立仪式等活动，聚集了众多业内权威专家、知名学者、时尚人士共同探讨产业发展方向，先进纺织机械、新型纱线的运用以及流行趋势等热点话题。

高质量发展，大朗毛织再升级

日前，习近平总书记在视察广东时强调，要坚定推动高质量发展。“智造”是大朗谱写毛织产业转型、推动高质量发展的主旋律。本届展会上，“大朗智造”再次升级，让参与者都对大朗有了新的认识。

本届织交会机械展馆总面积为5000平方米，3天展期内，展馆人气居高不下。馆内亮点“慈星智造馆”更是全新升级，展出包括慈星最新发布并上市的事坦格（STEIGER）“一线成型”电脑横机、事坦格第二代电脑横机、慈星全新高速高效智能鞋面机、慈星高速高效电脑横机等系列产品。其中，事坦格“一线成型”电脑横机颠覆了传统针织横机的编织工艺，实现了针织毛衫的一次成型编织，呈现了当前电脑横机技术的前沿发展趋势，是全场最火热的区域。

除了智能制造馆，本届展会的众多智能化服务商也用产品和文化展示制造升级。大朗老牌电商平台——毛织网展出“莎莎试衣”设计辅助软件、“大朗淘纱”商城和“淘纱宝”等系列产品，提供从设计辅助到纱线采购再到交易金融等一条龙配套服务；上海协大展出的毛衣圈

平台，拥有纱线推广、花型设计、原创设计、3D设计等功能，为毛衫行业提供全方位的设计、开发服务；智能公司展出的智能下数软件可实现直接上机、快速打样、组织开发以及成本控制等功能，今年该软件全新升级，满足了“一线成型”机器直接上机和快速打样的需求；睿能科技展出了双层动态度目、双向收针、花板复用、强制脱圈等多项技术，受到专业观众的好评。

今年织交会进一步打造网上展会平台，为毛织企业提供更全面的展会服务。通过大朗毛织网、大朗纺织网等一批成型的网上交易平台，以及阿里巴巴大朗毛织“淘工厂”平台，从纱线、面料、设计、成衣、渠道等全产业链入手，为大朗乃至国内外的毛织企业提供线上线下的无缝对接服务。网上织交会还体现在宣传模式上，织交会官网、“大朗毛织”微信公众号为参展企业和大朗当地市场商户提供了免费的形象和产品展示服务，为全产业链企业提供了免费开放的线上交流平台。

魅力，促进经济再腾飞

习近平总书记强调，人们对美好生活的向往就是我们的奋斗目标。而不断丰富群众对毛织文化产品的需求，也是大朗毛织矢志不渝的追求。本次织交会举办了“魅力·织城”第十七届中国（大朗）国际织交会晚会、“织城杯”粤港澳龙狮争霸赛、“我是明星”才艺大赛 & “阳光文化之旅”优秀节目展演等一系列活动，将大朗特色、大朗元素、大朗故事、大朗光影一起呈现给万千来宾，成为大朗走向世界、世界了解大朗的窗口。

此外，大朗镇党委深入贯彻落实城市品质三年提升行动，在织交会召开前，大力提升毛织片区的营商环境，在东莞市率先打造出首条“星光大道”，点缀出繁荣的10平方公里毛织商贸城；打造出多条彩色路，被誉为广东省首个彩色之城。每到晚上，大朗毛织商贸区、大街小巷灯光辉煌、亮如白昼，让来自世界的客商充分感受到大朗的城市魅力、东莞的繁荣发展。此外，大朗镇毛织产业金融服务平台撬动2亿元的银行资金，切实解决毛织企业“融资难、融资贵”问题，让更多企业愿意来莞投资、来莞发展、来莞扎根，有效推动毛织业在发展中创新、在创新中发展。

如今的大朗，已从“加工工厂”转变为“织造名城”，并逐步向“创新基地”华丽蝶变，经济实力日益增强，毛织企业总数从2015年底的7000多家增长到今年的超13000家，全镇毛织品市场占有率达600亿元，占广东省销售总额的70%以上，大朗也跃居全国千强镇第35位。此外，大朗的纺织产业集群效应进一步扩大，成为世界知名的毛织之城，特别是成功举办了17届织交会，得到了业界的广泛认可。

不忘初心，砥砺前行。大朗镇将继续以习近平总书记视察广东重要讲话精神为指引，在东莞市委、大朗镇委的正确领导下，在毛织企业和毛织人的共同努力下，锐意进取，改革创新，推动毛织产业再铸辉煌，为大朗插上腾飞的翅膀，为毛织产业转型升级创造大朗样板，为广东实现“四个走在全国前列”贡献东莞智慧。



本届大朗织交会展览面积超过20万平方米，累计吸引了超过5万人次专业观众。

纺织服装周刊

品味毛织时尚

2019/2020 秋冬中国（大朗）毛织服装流行趋势发布



11月3日,2019/2020秋冬中国（大朗）毛织服装流行趋势动态发布暨新品订货会在大朗举行。记者了解到,毛织服装流行趋势发布已连续成功举办十一届。通过与中国流行色协会携手,大朗围绕织交会平台,开展多样化的流行趋势研究与发布,面向海内外客商展现大朗时尚化、多样化、四季化的毛织产品特色。这些最新的流行趋势发布引领着大朗毛织的时尚步伐,通过大朗走向全国,走向世界,有力地发出中国毛织的时尚之声。

动态趋势发布由中国流行色协会、大朗镇人民政府及东莞市毛织服装设计师协会联合

推出,世界500强企业杜邦集团冠名支持,发布企业包括:杜邦中国集团有限公司、东莞市雅绮服饰有限公司、深圳市绅度童装服饰设计有限公司、东莞市源起服饰设计有限公司、河北美纤羊绒纺织有限公司。

出席活动的领导与嘉宾有:中国毛织行业协会会长彭燕丽、中国流行色协会会长朱莎、大朗镇委常委刘瑜、大朗镇人大副主席叶建华、中国纺织工业联合会产业集群工作委员会秘书长邢冠雷等。

趋势发布之前,举行了本年度的时尚毛织品牌授牌仪式,授予贝利爽集团(国际)控股有限公司、东莞市雅绮服饰有限公司、深圳市绅度童装服饰设计有限公司、东莞市源起服饰设计有限公司、河北美纤羊绒纺织有限公司五家企业“中国时尚毛织服装品牌”荣誉称号。这些优秀的毛织服装品牌组成了一支实力卓越的流行趋势展示与应用的队伍,充分展现大朗织城的品牌风采。

2019/2020中国毛织服装流行趋势的制定,源自于对国际流行趋势的深入研究,由国内毛织行业和流行趋势研究的专家、优秀设计师们,结合大朗当地的产业和品牌的发展方向,共同研讨确定。

首先登场的是杜邦中国。美国杜邦公司在其近百年的化学纤维创新基础上,革

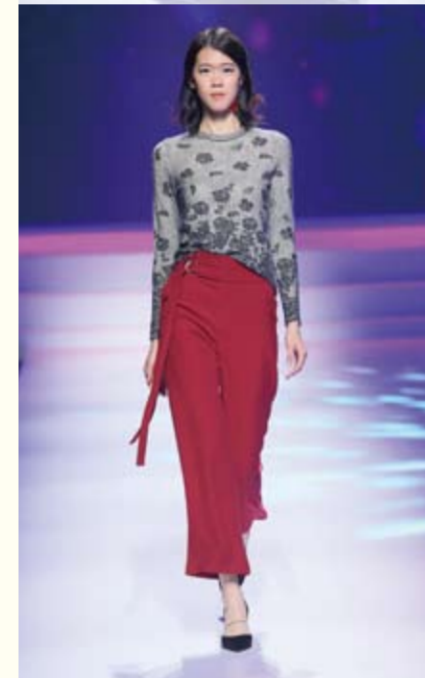
命性地推出了生物来源的Sorona高性能材料,能改善面料的抗起球和保形性能,令织物手感更丰满。本主题发布由贝利爽集团(国际)控股有限公司承办,东莞市新中欧毛织设计研究院及东莞市帝旺纺织品有限公司协办。

其次是洛薇雅。女装品牌洛薇雅运用不同肌理感的格纹提花,加入了繁复的网格提、闪光丝,为其赋予了工艺的魅力,使衣物不再是一种简单的穿着需求,而是提升为生活中美妙的享受——舒适生活,品味人生。

第三个是绅度童装。负责本主题趋势服装制作的是深圳市绅度童装服饰有限公司,其创始人皮怀龙曾荣获“中国十佳童装设计师”称号。17年来,绅度童装不断创作出带有后现代主义的新奇、童趣、嬉戏般的色彩,在设计界独树一帜。

第四组发布由东莞市源起服饰设计有限公司带来。“设计之源 起于初心”是该公司的宗旨,该公司拥有一支优秀的毛织服装设计团队、专业的样板制作工艺团队,设计力量强大。

第五组发布由MORO CASHMERE携手设计师张伶俐联名推出。发布主题“本源”,可解读为“漫不经心的慵懒优雅,才是法式时尚的文艺腔调”,旨在追求原生态无污染羊绒带给人的舒适体验。



让创意产生价值 让梦想照进现实

第十六届中国（大朗）毛织服装设计大赛完美收官

11月4日,“莞商·大朗智造科技城杯”第十六届中国(大朗)毛织服装设计大赛决赛在东莞市大朗镇毛织贸易中心举行。决赛现场,身材高挑的模特身着选手耗时一个月精心制作完成的毛织服饰,为观众献上了一场美轮美奂的时装大秀,最终,廖一茗、张茹凭借作品《时光机与流浪者》获得金奖。据悉,从创意征集、作品初评、成衣制作,大赛历时近5个月。

中国(大朗)毛织服装设计大赛自2003年开办以来,着力于发掘和培养更多优秀的时尚毛织服装设计师,每年吸引大量在校师生以及职业设计师进行创意切磋和才华较量。作为国内时尚毛织类目中历史最悠久的专业赛事之一,中国(大朗)毛织服装设计大赛在进一步提升中国时尚毛织服装设计水平,加快推进毛织服装向时尚化、品牌化发展,助推毛织企业做强做大等方面做出了重要贡献。

2008年增设的中国(大朗)毛织服装网上设计大赛至今已成功举办十一届,一年两次毛织服装设计大赛,加之大朗得天独厚的产业优势,不仅为有梦想、有才华的设计师们开通了快速成长通道,更是为他们插上了腾飞的翅膀,让他们能在广阔无垠的天空展翅翱翔。

值得一提的是,今年首次实行了两赛联动的创新举

措,获得第十一届中国(大朗)毛织服装网上设计大赛金奖和最具商业价值奖的选手,可直接获得第十六届中国(大朗)毛织服装设计大赛30强晋级名额,可谓是为设计新锐开辟了一条“让创意产生价值、让梦想照进现实”的“捷径”。

本届大赛以“崇‘尚’生活”为主题,打破毛织比较厚重、呆板的固有观念,一针一线为毛织服装赋予时尚的自由,以休闲、舒适的形态展现毛织最本真的美。在要求参赛选手贴合主题的同时,为鼓励选手在进行作品创作时兼顾作品的商业元素和概念元素,组委会还特地在初评阶段设立了买手参观环节,放大创意的价值,催生更多机会。

大赛组委会共征集来自北京、哈尔滨、上海、杭州、内蒙古、珠三角以及台湾等地区的812份作品。

此次大赛的专业评审团由中国时装设计“金顶奖”获得者李小燕,广东时装周新港82杯“最有价值设计师”、广东省十佳服装设计师冯璐,雷韩服饰设计工作室总设计师、广州公共艺术家协会副会长、“一田创艺”设计师联盟创始人韩剑飞,东莞市毛织服装设计师协会会长陈敬东以及著名时尚策划人赵钧立组成,经过选手现场答辩、评委近距离观看服装和评委评分等多个环节之后,最终决出金、银、铜及优秀奖。

“莞商·大朗智造科技城杯”第十六届中国（大朗）毛织服装设计大赛获奖名单

金奖: 廖一茗 张茹 作品: 时光机与流浪者

银奖: 黄琳燕 林卓 作品: 四维空间
滕雯 作品: FOLLOW 'self'

铜奖: 李艺 作品: 结解
宁晶晶 作品: 归·潮
翟子慧 作品: 渔人

优秀奖: 陈金盛 作品: 深海
陈丽 作品: FIRST & SOURCE
宫亮 杨琪 作品: 回溯
郭千赫 作品: 独喜
黄立红 作品: NEW LIFE 新生
黄研 张恒悦 作品: 源衡
林听儒 作品: 砖妍
宋轶响 作品: blossom
夏美薇 杨琪 作品: Mrs.knit
应瑜婧 作品: 其其格



近 60 家知名品牌客商与大朗顺利对接

国内品牌服装采购对接会在大朗毛织贸易中心举行



对接会共组织来自深圳、广州、佛山、中山等珠三角地区的近60家著名服装品牌企业参与。

11月4日下午,国内品牌服装采购对接会在大朗毛织贸易中心举行。对接会共组织来自深圳、广州、佛山、中山等珠三角地区近60家著名服装品牌企业参与,其中包括深圳玩艺儿、广州汇美、里奈优尚服饰、中山波特邦威等具有代表性的女装、男装、童装、电商品牌企业。

爱依服是一家年轻时尚、充满朝气与个性的服饰连锁机构,已形成直营模式、加盟模式、电商模式,三类业务模式相互促进,协调发展。该公司此次参加织交会意在寻求具有最时尚的风格、设计、材料及工艺等特点的毛织类产品,并寻找合适的毛织类工厂合作。

同是寻求合作的“森虎儿”品牌童装是东莞市森图服饰有限公司旗下品牌,年销量超300万件,销售网络已覆盖全国20多个省会城市。

订货会一开始,对接双方直奔主题,现场气氛热烈,洽谈效率高,对接踊跃,每一家都与多家采购商进行了洽谈。品牌企业纷纷表示,他们因看中大朗拥有完整毛织产业链而来,希望通过此次活



对接更多具有开发能力、资质优良的毛织设计工厂企业。本次洽谈会硕果累累,采购商纷纷表示出合作意向,并计划与大朗企业开展长期合作,关注大朗毛织产品,在大朗下订单。



第二十二届宁波国际服装节强化市场拓展、时尚引领、智造支撑三大平台功能。

衣服不只是衣服，多元功能开脑洞

本刊记者_吕杨 通讯员_郁俏峰

芳香系列服装，舒缓消费者情绪；爱普聚能系列服饰，实现恒温控制；智慧内衣系列，可实时监测健身者运动数据……科技的迅速发展，赋予服装更多的可能性，第二十二届宁波国际服装节更是将这些可能性带进了消费者的日常生活中。

科技的迅速发展，给服装带来了更多可能性。以“智造新时代，创新迎未来”为主线的第二十二届宁波国际服装节发挥大展会的影响力，强化市场拓展、时尚引领、智造支撑三大平台功能，培育全产业链服务型会展新模式，助力打造具有国际影响力的时尚纺织服装产业基地，打造时尚品牌之都。

消费升级，服饰展示多元功能

雅戈尔的汉麻世家品牌，经过 10 多年的技术研发，突破了麻纤维棉性化，用这种新工艺方法开发出来的汉麻纤维，没有麻制品的粗硬感和刺痒感，而有着类似于棉的纤维长度和柔软触感，是所有麻类纤维中最软的一种，而且能和棉、莫代尔、天丝、毛等其它任何材料混纺，研制出高品质的汉麻混纺纱线，拓宽更广泛的应用市场，满足消费升级需求。

马威展示的芳香系列服装，淡淡的植物香味让人神清气爽。据马威面料研发负责人谢亚津介绍，该系列服装将植物中提取的香氛植物精油，用微胶囊技术锁定并附着在服装纤维上，运动时，附着在纤维上的微胶囊感受到身体产生的热量，就会自动破裂，释放出淡淡的香气，舒缓消费者情绪。

此外，准备明年量产上市的芳香系列以及茶叶炭系列服装，也很有科技内涵。据了解，茶叶炭系列服装原料来自台湾日月潭红茶的茶叶渣。经过脱水、高温炭化研磨，使茶叶渣融入纱线中，制成的服装不但透气、蓄热，还能促进血液循环。

智造支撑，智能服饰融入生活

苹果智能服饰希望用科技改变人们的穿衣理念。此次展出的一款“爱普聚能”男士夹克衫，面料中

加入了石墨烯成分，通过手机终端可以控制恒温，穿上衣服后可保持在 25℃ 至 65℃。不习惯用 APP 操作的消费者也不用担心，通过按压衣服上小小的功能扣，就能实现红、蓝、黄三档调温。另外，虽然藏有绝缘电线和充电端，衣服仍可以用洗衣机水洗。

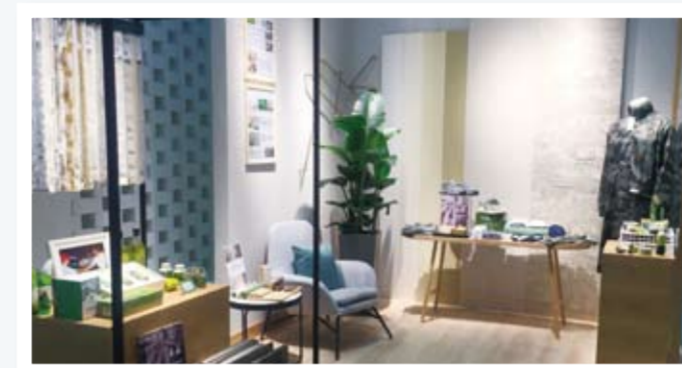
苹果智能服饰常务副总监圣洁说：“公司特聘中国工程院院士俞梦孙为总顾问，成立了智能科技课题组，开发了‘爱普聚能’系列服饰。他们刚刚研发的一款服装面料，具有有机锗、纳米银、纳米磁、负离子、远红外等五大功能，用于成品服装后，可以使服装具有磁能、热能、光能、波能、锗能等多种功能。现场展厅中有一款鞋子的内衬已经采用了这种多功能面料，该款鞋子脚感轻便，更加透气，还有磁性理疗功能。”

而宁波龙升制衣的研发部门，针对健身者把控运动数据的需求，创造性地将电子传感器嵌入运动内衣中，研发出了智慧内衣。健身人员穿上该款内衣后，健身时的心率、血压、脉搏、消耗的卡路里数据，会实时传递到手机 APP 上，实现健身者对运动数据的及时把握，以方便他们调节膳食，合理安排健身时间和运动量，达到最佳的健身效果。

慈星带来的袜子鞋，让人穿鞋如穿袜。这种袜子鞋，除减震防滑鞋底外均为柔软的高弹力飞织面料，加上弹性的脚口，包裹性好、穿脱快捷、没有磨脚感。据了解，这款袜子鞋依靠慈星研发的飞织技术，通过电脑编程、自动加工、一体针织成型，智能智造与潮流 IP 相结合。而且运用了国内首创的鞋类无人智能 F2C 新零售模式：与自动出售饮料的机器类似，消费者可以选择一只单脚鞋试穿，如觉得合适便可点击屏幕选择鞋子的款式；扫码付款后，鞋子就会送到取货口。

雅戈尔全面发力汉麻应用市场

本刊记者_吕杨 通讯员_郁俏峰



雅戈尔成立汉麻家装和汉麻家居事业部，准备全面发力汉麻应用市场。

近日，雅戈尔—汉麻世家 LIFE 未来生活发布会在宁波举行，雅戈尔—汉麻世家全新亮相宁波国际服装节。随着汉麻产业化进程的深入，它的价值正越来越多的受到有识之士的认可。在汉麻服饰应用性领域研发方面，中国是独一无二的开创者，填补多项世界空白并遥遥领先，在国际纺织品市场拥有汉麻原材料和产品定价的绝对主导权。

李如成的汉麻情怀

“任何一种新兴的资源性产业发展都需要投入大量的资金、科研力量和时间，不是一朝一夕，也不是几年之内就能做出成绩的。”谈及汉麻产业化的初衷，雅戈尔集团董事长李如成说，“雅戈尔既是中国纺织服装业的领军企业，又在产业化运作上有着丰富的实操经

验，所以，由我们接接力棒进行产业化实施，是责无旁贷的历史使命。”

2006 年起雅戈尔正式携手解放军总后勤部进军汉麻产业，开始了漫长的汉麻产业化历程。筚路蓝缕的艰辛创业历程，不啻于一场全新的产业革命。在汉麻产业化历程中，雅戈尔以科技创新为源动力，取得了 20 多项自主知识产权和核心技术获国家授权发明专利，其中 1 项获美国专利，成为国内汉麻民用及军用产品的标准制定者，多次荣获行业及国家级高新技术奖和产品开发贡献奖，2016 年荣获纺织之光科技进步一等奖，2018 年入围国家发明奖。

中国原创成为标志性特征

在汉麻走向国际的过程中，中国原创和拥有自主知识产权成为标志性的特征，赢得了国际市场的认可。

2010 年，雅戈尔代表中国企业出席在意大利举办的中意建交 40 周年“中国文化年”庆典活动，在欧洲首次亮相并介绍了中国汉麻纤维产业化的最新科技成果，受到与会欧盟成员国纺织协会的大力追捧，纷纷表示有机会能够和雅戈尔开展深入合作，效仿 700 多年前的马可·波罗，将中国的汉麻像丝绸一样引入欧洲。

2018 年，预计销往欧美的汉麻纱线有 1000 吨。

传承 40 载，罗蒙上演超时空对话

本刊记者_吕杨 通讯员_汪新振

10 月 18 日，罗蒙强势登陆第二十二届宁波国际服装节，在宁波国际会展中心这个国际化大舞台上，罗蒙成为众多服装品牌中的一大焦点。本次参展，罗蒙打造浓厚的怀旧风——复古海报、老式汽车、留声机等布景让人追溯到民国时代的上海滩，T 台上不同时期、不同系列的经典西服——陈列，罗蒙用服装诠释生活，将风雨兼程的 40 年浓缩在这个气象万千的空间之中。

四十年磨一剑 定制界冠军亮相行业盛会

在中国提到西服，大家都会想到罗蒙。罗蒙自 1978 年创立至今，经历无数风雨，依然卓越出众，这样的罗蒙是品质与品位的象征。作为红帮裁缝的正统传人，一直致力于传承百年红帮精神，再创造代精美绝伦的服饰艺术。这家历史接近 40 年的民族服装品牌，充分发挥红帮故乡的优势，创业伊始，就聘请著名的“红帮传人”余元芳担任企业顾问，传授红帮传统工艺的精髓；聘请上海服装特级技师董龙清、陆成法等来企业观摩指导。如今罗蒙依然传承着红帮的高超技艺，通过关注中高端消费人群以及市场需求，成功振兴一度消沉的裁缝行业。

“罗蒙年产衬衫 500 多万件、西装 200 多万套，于

自身而言，罗蒙也凭借过硬的质量和快速的反应在专业西服定制领域赢得极高声誉，受到中产阶级的高度认可，中国很多品牌公司都是罗蒙的客户。通过 40 年的文化交融，罗蒙不仅受到众多男士的追捧，更是让西装与王者风范画上等号，一跃成为中国服装定制界的隐形冠军，成为真正的中国西服行业标志性品牌。”罗蒙集团董事长盛静生如是说。

站在消费升级元年，罗蒙与时俱进，全面开启“新零售”。在刚刚过去的十一黄金周，罗蒙“新零售”打了一场漂亮仗，全国新增新零售门店 180 家，已开店铺国庆 7 天业绩同比上升 15%，新开店 7 天销售业绩达成 126%。不论是业界精英还是游客大众，都可以在罗蒙专卖店找到适合自己的舒适服装。

助力女装发展 罗蒙开启全品类新篇章

本次参展，罗蒙集团不仅带来一系列高档西服、大衣、衬衫及配饰，在保持原有品牌定位的基础上，更是将女装打造成另一个时尚“风向标”。细观罗蒙这几年的变化，除了突破传统，拓宽消费者年龄层外，推出更广泛的生产线也有助于罗蒙涵盖更多消费人群。通过精致典雅的女装，让罗蒙向全品类品牌迈进一步，

美国石油行业更是认识到了汉麻纤维在防静电、耐高温上的独特性能，每年向中国采购 500 吨汉麻纱线用于制作工装。

未来，环保无公害的汉麻产品将进入更多领域，衍生出更多产业和产品，诸如家装、家居、食品、化妆品、医疗、能源等，点亮绿色低碳的未来生活，与人类产生更多美好的关联。

期待带来耳目一新的体验

目前，雅戈尔已经在汉麻时尚（服装）应用的基础上，又成立了汉麻家装和汉麻家居事业部，准备全面发力汉麻应用市场。

著名服装设计师、中国美术学院教授、汉麻世家品牌顾问吴海燕在谈及汉麻未来的发展前景时表示：“长久以来，因为国产产品创新性不足，导致那些对品质生活有追求的人在消费喜好上崇洋媚外的情结非常严重，而汉麻从产业源头到最终的产品呈现，完完全全是创新的产物，相信会给人带来耳目一新的消费体验，被越来越多的人所喜爱。”

央视前主持人、著名投资人张泉灵也在认识汉麻之后成了汉麻忠实的粉丝和安利者。她曾表示，衷心希望拥有得天独厚供应链基础的雅戈尔，能用心做好汉麻应用领域的产品研发，开创出更宏伟的汉麻事业版图，在“中国原创，世界唯一”的路上越走越远，开启未来生活之门，让世界重新认识中国。



展会现场。



第二十二届宁波国际服装节上，罗蒙用服装诠释生活。

这也给业界增加了极大的想象空间。

据了解，罗蒙每一款产品的开发都离不开面料品质的提升、剪裁工艺的精湛度、款式设计的贴合度以及服装整体的舒适性。当然，罗蒙也意识到相比于传统营销，KOL 以及口碑更具说服力，因此，罗蒙邀请林志颖和濮存昕为品牌代言，彰显出罗蒙魅力和沉稳的一面。

40 载光阴岁月，罗蒙贯穿了 70 后、80 后的生活轨迹，为他们量身打造独一无二的穿衣经验，同时罗蒙也继续承包当下社会新主流消费群体的衣柜，以匠人之心做国人需要的国民品牌，做真正的定制专家。融合西方理念和东方文化，罗蒙将“红帮精神”发扬光大。[1]



本届 yarnexpo 秋冬纱线展上，200 余家中国化纤企业展示了各具特色的最新产品。

以优质产品向行业宣示“我在”

yarnexpo 秋冬纱线展尽显中国纤维之美

本刊记者 **郭春花**

10月15~17日，2018中国国际纺织纱线（秋冬）展览会（以下简称 yarnexpo 秋冬纱线展）于国家会展中心（上海）举行。本届纱线展的展览面积达26000平方米，来自海内外的参展商超过500家，其中，国内参展商377家，海外参展商125家。在这个汇聚全球先进纤维和纱线企业的大舞台上，众多供应商和买家互通有无、交流合作，众多新产品缤纷亮相，共同谱写了一曲纺织业的“科技、时尚、绿色”之歌。

展会由中国纺织工业联合会主办，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（香港）有限公司、中国棉纺织行业协会、中国毛纺织行业协会、中国化学纤维工业协会、中国麻纺织行业协会、中国纺织信息中心共同承办。

四大展区诠释中国纤维魅力

Yarnexpo 秋冬纱线展上，主办方之一中国化学纤维工业协会联手国内精锐纤维企业倾力打造的展中展——“中国纤维展”亮点纷呈：盛虹·中国纤维流行趋势主题展区、创新功能展区、绿色环保展区、产业联盟展区四个主题展区，集聚化纤行业精锐企业200余家，倾情展现纤维的科技与时尚、绿色与健康、创新与模式，有力诠释了中国纤维的多彩魅力，充分展现了中国化纤行业的整体实力。

中国纤维流行趋势主题展区包括中国纤维流行趋势2018/2019概念区、中国纤维流行趋势入选企业区和纺织材料创新论坛。展区集中展示入选中国纤维流行趋势2018/2019的新型纤维，以纤维新技术、新产品、新应用等吸引了众多观众的关注。

同时，目前我国已获得绿色纤维标志认证的21家化纤企业在“绿色纤维”展台集中亮相，其中的13家企业带着自己的绿色纤维产品单独展示。这21家企业的产品主要集中在“绿色纤维”认证所包括的三大类产品——生物基化学纤维、循环再利用化学纤维和原液着色化学纤维。多样化的展示使企业的品牌形象和“绿色纤维”的产品实力更加深入人心。

纺织材料创新论坛成展会亮眼风景

“纤维新视界——纺织材料创新论坛”再度成为 yarnexpo 秋冬纱线展的亮眼风景。由中国化学纤维工业协会协同纤维素纤维行业的龙头生产商赛得利集团共同举办的发布会——BV 纱助力纤维素纤维产业升级、智能纺织品开发及趋势论坛、纺织原料的可持续发展论坛、高质量功能性运动纺织品论坛以其各自的精彩集聚了极旺的人气。

“BV 纱助力纤维素纤维产业升级”发布会将行业产业链的各路精英汇聚在一起，大家共同聆听赛得利商务副总裁刘涛、新华源集团董事长陈宗立、卓郎集团区域负责人苏基安、永新纺织印染有限公司面料设计师刘启凯等分享的赛得利 BV 纤维素纤维的性能、BV 纱项目、BV 纤维的使用心得，BV 纤维如何使设备上实现最高效率及卓越品质，BV 纱用在面料上所体现的完美性能等。最好的纱线起源于最好的纤维，BV 纤维可以广泛适用于各类纤维的混纺并改善纱

线的品质，谱写了纤维素纤维新的标准：高效、优质、易纺。


智能纺织品开发及趋势论坛邀请香港理工大学陈韦教授、北京服装学院刘继广教授、东华大学杨升元教授分别以智能穿戴纳米技术研究、纤维表面智能的构建与应用、纳米纤维涂覆纱线在可穿戴储能器件上的应用为主题，探讨智能纤维及智能纺织品的关键技术问题、未来发展方向及其如何实现与人更好的链接。

纺织原料的可持续发展论坛的五位演讲嘉宾——中国恒天纤维集团总工程师王乐军、无锡锡钰进出口有限公司总经理张强、仪征市仲兴环保科技有限公司总经理孙亚军、上海凯赛生物科技有限公司市场部经理张红光、再生纤维素纤维行业绿色发展联盟张子昕，围绕聚乳酸纤维、功能性循环再生纤维、生物基锦纶、再生纤维素纤维的技术研究进展、应用情况及发展趋势等内容，分析了纺织原料可持续发展的重要性及必要性，这是纺织行业转型升级的必然选择。

高质量功能性运动纺织品论坛的十位演讲嘉宾——东华大学沈沉教授、陈向玲博士，李宁（中国）体育用品有限公司尹永爱博士，福建锦江科技有限公司研发总监杨胜安，辽宁银珠化纤集团有限公司总工程师姜立鹏，上海德福伦化纤有限公司设计总监王振功，东方盛虹营新春，恒天海龙（潍坊）新材料有限公司技术中心李昌奎，广东蒙泰高新纤维股份有限公司总工程师余景升，常州恒利宝新材料科技有限公司研发经理马宏明，太极石股份有限公司研发主管吕志军，从锦纶66功能纤维、多功能艾丝纶蛋白纤维、超细旦丙纶纤维、石墨烯改性锦纶、太极石纤维、绿色保健运动功能纤维等原料的功能性研发及其在纺织品中的应用，面料的功能性设计及趋势，运动装的功能性设计理念等方面探讨如何提升功能性运动纺织品的质量。

200 余家化纤企业展示最新产品

本届 yarnexpo 秋冬纱线展上，200 余家中国纤维企业携各具特色的纤维和产品有备而来。如东方盛虹带来了绿色环保、观感、触感、非氨弹、功能性等系列产品，包括再生 Reborn、无锡 Clear、彩虹、三色纱、舞虹棉等产品。赛得利推出了菁彩纤维，该产品使用100%高纯度溶解木浆，品质稳定，通过先进的纺前注射和混合技术，把优黄色浆均匀分散至纤维中，使得产品颜色更均匀持久鲜亮，色牢度好且节水节能环保无污染。同时还推出了市场上独有的安泰贝抗菌纤维，均受到下游采购商的密切关注。上海德福伦化纤有限公司和上海里奥纤维发展有限公司则主打推出了原液着色纤维及原液着色差别化纤维系列产品、异型有色多功能葆莱聚乳酸纤维、复合功能纤维等差别化聚酯短纤维和竹材 LYOCCELL、特殊功能的 LYOCCELL 纤维。

此外，中纺院、锦江科技、唐山三友、吉林化纤、华鼎股份、新会美达、华峰氨纶、恒天纤维、江苏鑫博、舒尔姿氨纶、中柏特种纤维、华非再生资源、嘉华特种尼龙、恒利宝、三房巷、烟台泰和、桐昆、新凤鸣、荣盛、翔鹭、仪征化纤、兴盛新材料、银珠化纤、淮安天然丝、英利、青岛新维、强生石墨烯、古纤道等企业均展出了企业最优质的产品，向行业宣示“我在”。

毕业不是结束，而是协同共进的开始！

2018 全国纺织复合人才培养工程高级培训班举行毕业典礼

本刊记者 **刘萍** / 文 **王永生** / 摄

纺织高训班为学员们提供了一个良好的平台，课堂上，学员们或探讨或争辩，知识在这里传播，观点在这里碰撞；课堂外，学员们品茗小酌，相互释疑解惑，了解在这里加深，理想在这里汇聚。

10次周末双休日的集中学习，连续7个月的努力坚持，不畏舟车劳顿，克服各种困难，49位学员终于圆满完成了学习培训内容。11月3日，2018全国纺织复合人才培养工程高级培训班在北京服装学院举行了简朴而隆重的毕业典礼。中国纺织工程学会常务副理事长伏广伟，北京服装学院副院长仲丛生，中国化学纤维工业协会副会长王玉萍，北京服装学院材料科学与工程学院院长王锐，中国棉纺织行业协会秘书长李杰，中纺联科技发展部部长冯莉，中国化学纤维工业协会秘书长关晓瑞等主办单位领导嘉宾参加了毕业典礼。

“全国纺织复合人才培养工程高级培训班”（以下简称纺织高训班）是中国化学纤维工业协会、中国纺织工程学会、中国棉纺织行业协会、北京服装学院等联合举办的高端纺织人才培养平台。纺织高训班邀请知名院校的资深教授及行业专家联袂授课，结合企业实地参观，以打造纺织“黄埔军校”、创立产业链科技交流俱乐部为目的，普及纺织基础知识、解读行业最新工艺及发展趋势，全面提升纺织中、高级管理人员的综合实力。随着第四期学员的毕业，第五期招生工作也已开启。

阶段性学习的结束，也是新的学习的开始

王玉萍首先致辞，作为几乎全程参与高训班学习历程的主办方代表，她饱含深情地和大家一起回顾了老师们的精彩课程和所走访企业的创新精神，以及学员们在知识海洋中孜孜以求、在工作生活中相互帮助的点点滴滴。她指出，纺织高训班已成为纺织全产业链交流信息、提升技术、共享资源、展望趋势的大平台，对促进各企业发展、推进纺织产业链的融合起到越来越大的作用；在纺织高训班，大家收获的不仅是纺织产业链的知识要点，还结识了一群志同道合的朋友，认识了多位拥有丰富研发经验的高校教师和行业专家，既学习了知识、拓展了视野，也积累了资源、促进了合作。

伏广伟在致辞中从宇宙定律到企业生存法则，谈到了对企业发展的几点思考，指出协同进化是企业协



毕业合影。

同创新、高质量发展的重要模式。他说：“企业家要有三只眼，一只眼盯着外界环境变化，一只眼盯着企业财务状况，一只眼盯着技术创新和研发。企业是创新的主体。”他希望大家毕业后继续加强沟通联系，共同发展。

随后，第四期高训班班长、河北吉藁总经理徐佳威声情并茂地总结了学员们完成学业的收获和感受。他说：“从愉悦家纺的开篇之作，到郊外拓展的深度融合，从纺织高等学府到国内顶尖的纺织企业、科研院所，我们感受到的是各级领导对课程的精心设计和专业安排。走进高校感受学术之力，走进桐昆、新凤鸣感受涤纶之大，走进富丽达感受转型之美，走进上海纺织工业技术监督所感受技术之新……每一次我们都收获满满。”


学员们大部分都在企业中身居要职，但多数人都能克服困难，做到主动学习、积极参与。第四期高训班书记、辽宁银珠董事长杜选代表优秀学员发言，表示参加高训班的收获超出了预期，开拓了眼界、增长了知识、广交了朋友。他还提出两个倡议，一是在今后的产品开发和市场推广中，同学间要积极协同合作；二是希望这是一个永不毕业的班级，每年定期聚会交流。

顺天工业用布公司经理王硕作为全勤学员代表发言，他表示今天的毕业是阶段性学习的结束，也是新的学习的开始。希望大家今后常联系多沟通聚会，延续学习，共同进步。大家对他报以的热烈掌声说明这是一个友爱的集体，60后的典范，70后的追赶，80后的激情，90后的活力四射，都增进了同学间真诚、质朴的情感。

走过春天，走进秋收，这是成长的历程

从生机勃勃的春天到黄叶飞舞的金秋，一转眼，7个月的纺织高训班学习生活结束。学员们利用周末时间，放下手中工作，放弃与亲朋团聚时光，坚持学习。回首过往的学习经历，大家心中既有依依不舍的感怀和惆怅，更有不虚此行的充盈和欢喜——

4月，2018全国纺织复合人才培养工程高级培训班开学典礼在山东滨州愉悦家纺举行，近50名行业新一批生力军开启了职业生涯中一次重要的学习历程；5月，学员们齐聚北京服装学院，共同开启化纤纺丝技术及其后加工知识的学习；6月，业内专家为学员们详解了高性能纤维的种类、制造工艺及应用，化学仿真技术的最新发展和趋势，以及原液着色纤维的开发与应用，大家还参观了天津工业大学“中空纤维膜材料与膜过程实验室”、中国纺织科学研究院纤维新材料产业化技术研发基地；7月，走进东华大学，了解化纤、非织造及针织等细分领域的发展状况与市场前景，参观了凯赛生物公司；8月，走进“中国纺织之乡”、“国家时尚锦纶示范基地”海安，聆听俞建勇院士等专家学者授课后，相继探访了海安纺织、化纤、丝绸业代表企业；9月，来到化纤印染重镇桐乡、萧山，深入桐昆集团、新凤鸣集团和富丽达集团实地走访，学习先进企业的管理及技术；10月，再聚上海，围绕化纤标准化情况、纤维新材料发展趋势与应用推广、智能服用材料、智能纤维的开发现状，以及中美贸易摩擦对化纤业的影响分析等内容进行了学习交流，并就企业战略制定进行了专题讨论……

纺织高训班为学员们提供了一个良好的平台，课堂上，学员们或探讨或争辩，知识在这里传播，观点在这里碰撞；课堂外，学员们品茗小酌，相互释疑解惑，了解在这里加深，理想在这里汇聚。就在毕业典礼结束后，学员们还相约来到了北京香山作毕业旅行。爱在深秋不言分离，走过四季长携携手，今后在行业发展的历程中，我们依然协同共进！

纺织服装周刊

走近中国产业用纺织品行业领军人物 系列报道

张永钢： 打造梳理专家百年品牌

本刊记者 _ 郭春花



张永钢

经营企业是一门艺术，而这门艺术会因不同的掌舵者而走上不同的道路。光山白鲨针布有限公司董事长张永钢，这个企业管理舞台上的舞者，其在企业经营上的创新就为白鲨的发展注入了源源不断的活力，带领白鲨逐渐成为世界知名的专业梳理解决方案专家。

科技创新 塑造百年针布品牌

白鲨针布创建于1962年，半个多世纪的发展历程中，企业一直扎根于纺织器材领域，矢志进行纤维梳理技术的研究和梳理器材的研发制造，如今已经发展成为集纤维梳理专件器材研发、制造、销售、技术服务为一体的专业化、国际化企业。

谈到当前企业取得的成就，张永钢回忆说，自20世纪80年代，公司开始响应国家倡导的“替代进口，节约外汇”的号召，通过不断的自主研发、科技创新，成功研制出金属自锁针布，迈出了走向世界的第一步，成为当时国内针布行业的一大亮点。此后，随着世界纺织产业格局调整，纺织业的中心开始向中国转移，给光山白鲨带来了难得的机遇，也带给公司一个能放眼世界的平台，白鲨针布从此跨入世界梳理针布的高端领域。

56年来，白鲨紧跟纺织业发展，以科技创新为不竭动力，致力于新品、高端产品开发，不断充实白鲨的产品基础。特别是在1995年完成产权制度改革后，公司的产品开发可以说“芝麻开花节节高”。继1992年成功开发国内首创、打破国外品牌技术垄断的“V、E、D型自锁针布”后，1996年，公司成功生产出特大型自锁式齿条，完成B272A精梳梳毛机整套自锁针布配置，为公司的快速发展夯实了基础。

随着产业用纺织品及非织造布行业在国内的兴起，光山白鲨自2001年率先将产业用纺织品专用针布从毛纺针布系列中分离，开发非织造布专用针布，并形成完整配套的产品体系，成为国内行业中非织造布针布研发制造的领军企业。

2006年，公司又率先在行业内开展“针布应用对纤维梳理中的保护”课题的研究，解决传统工艺生产的针布齿体毛刺对纤维造成切割损伤等问题，2009年创造性地推出“大白鲨”锥齿处理技术，开创了行业内纤维保护先河。就此，“大白鲨”品牌产品迅速攀升公司在高端领域的市场份额。

2016年8月，公司具有自主创新性、填补了国内空白、达到国际先进水平的“境泉”表面强化处理技术通过国家科技成果鉴定，成为白鲨的又一力作！“境泉”品牌系列产品的面市，引起了来自全球纺织业界和针布制造业的高度关注，国际同行对该产品也颇为赞叹。



光山白鲨以成熟的工艺和超越国际同行的产品品质，助力纺织行业产品升级和结构调整。

目前，白鲨针布既能满足喷胶、针刺、热风、热轧、水刺等多种产业用纺织品加工方式，又能充分配套国内外高中低端各种梳理机型；不管是传统的常规的产业用纺织品纤维原料，还是新材料、特殊材料等功能性纤维，白鲨针布都有成熟的技术服务模式并提供可靠的梳理配套解决方案。特别是麾下的“大白鲨”系列和“境泉”系列两个品牌，更是以其成熟的工艺和超越国际同行的产品品质，在纤维梳理这一关键环节，助力纺织行业产品升级和结构调整。

管理创新 带领企业成为行业翘楚

这些成就的取得，与张永钢超前的企业管理思维分不开。张永钢于1992年进入白鲨，但真正涉及到“管理”，严格来说应该是在1995年公司转制之后，那时，他担任公司副总经理，分管销售工作。转制伊始，白鲨销售队伍的管理尚未挣脱旧有机制的惯性——松散且粗放。张永钢认识到，若放任自流，白鲨未来的发展必将受到阻碍，甚至可能是致命的。他清楚地记得白鲨创始人、他的父亲——张境泉老先生的一句话，在白鲨，为基础管理而死重于泰山！受此理念的警示，他雷厉风行，从基础管理方面开始整顿：“每天一页纸”记录业务开展规划、进程、结果、分析总结等，“每客户一档”记录客户的详实资料及白鲨所有员工对该客户已开展过的工作；每日考勤、每两日汇报、每周总结、每次出差写报告并自评和互评……前所未有的各项管理动作协同实施，把几近脱缰的销售队伍攥成一只强劲有力的拳头，凝聚、硬朗、方向一致。

与队伍管理并驾齐驱的是市场和客户的管理，张永钢在这方面尤为重视。他形象地说，市场和客户是土地，产品是种子，队伍是机械，政策是空气、阳光和雨露。张永钢编制了“一区一策、一户一策、一区多策”、“划小可操作半径，精耕细作”、“用产品稳定客户、用真情联结客户、用服务帮助客户”等系列组合拳，灵活运用于市场操作管理。在开拓市场的初期，为白鲨打破强势同行的市场壁垒，为在形势严峻的市场竞争中稳固并占有一席之地立下了功劳。

众所周知，一款新产品尽管理论和设计都完美无缺，但在实际生产过程中往往也会经常出现各种问题，如何切实解决这些实际问题？张永钢创新地联合“中国纺织工程学会全国纺织针布技术研发中心”推出了创新解决方案——与纺织、纺机企业合作，建立“分梳技术研究所”。如今这样的研究所已有50余家，切实解决了纺织企业梳理甚至纺纱过程中出现的技术问题。

2008年，张永钢带领企业成功收购了西班牙百年品牌“布鲁哈”，形成了国际、国内两大品牌体系并行的格局，为白鲨唱响国际舞台再添虎翼。

如今，张永钢站在了新的高度、用全新的视野去看白鲨的未来，更坚定了他管理创新的信心。近几年，他结合自身实际和未来目标，引导白鲨创新性地将管理领域先进的“全面质量管理”、“ISO9000质量管理”、“5S管理”、海尔“OEC管理”、木桶法则等管理方法嫁接于公司的管理实践和具体操作中，使公司在基础装备、科技研发、生产制造、产品和服务、品牌推广、市场维护和拓展等企业经营的各方面都取得长足进步，白鲨由昔日的默默无闻现已崛起为行业翘楚。

谈到未来的发展，张永钢说，推动白鲨供给侧结构性改革是白鲨走国际化道路的重心，“智能制造”是白鲨未来发展的必经之路。为此，在市场开拓上，白鲨将坚持立足国内、面向国际，契合国家“一带一路”倡议，在扎扎实实做稳国内市场的前提下，大力开拓国际市场。在技术上，白鲨要加大科技研发投入，掌握前沿尖端技术，锻造核心竞争力。在品牌上，利用国内国际资源，挖掘“布鲁哈”欧洲高端品牌的潜力，早日实现白鲨百年老字号的梦想，成为梳理解决方案的专业提供商。TA

苏艺强： 创新突围，以品质获市场认可

本刊记者 _ 陶红



苏艺强

作为国内首家研发并生产不起坨纸尿裤的公司，广东显升个人护理用品股份有限公司是国内最早研发并推出表层3D压花纸尿裤的公司，一直致力于“为中国宝宝智造最优质纸尿裤”，并以创造民族品牌为己任，引领着中国纸尿裤行业技术的不断创新和进步。目前，该企业拥有DRESS吉氏、婴之良品、舒氏宝贝、肯德康、添康、添宝等多个自主品牌，每年生产超过10亿片纸尿裤，在我国中高端纸尿裤市场中处于领先地位。

创新，提升企业竞争实力

广东显升个人护理用品股份有限公司成立于2005年，在公司董事长苏艺强的带领下，广东显升不断探索、积极开拓，经过13年的创新发展，目前已经成为国内领先的中高端婴儿和成人卫生用品研发、生产和销售企业。作为产业用纺织品行业的优秀企业家，苏艺强当选“第三届中国产业用纺织品行业领军人物”。

新时代，创新驱动发展战略为纺织科技创新赋予了新使命，科技强国与制造强国建设为纺织科技创新指明了新方向，纺织工业“科技、时尚、绿色”新定位为纺织科技创新提出了新要求。改革开放40年来，产业用纺织品这个较为“年轻”的行业取得了突飞猛进的发展进步，中国已成为全球最大的生产和出口国。尤其“十三五”以来，产业用纺织品承担起纺织工业经济新增长极的重任，为满足消费升级需求、加快纺织工业结构调整、促进国民经济相关领域发展作出了积极贡献。

谈及对当前产业用纺织品行业发展的看法，苏艺强表示：“中国产业用纺织品行业总体保持了较快的增长，近些年，行业新进入者非常多，竞争十分激烈。未来会更加分化，将会有一大批没有核心竞争力的企业退出市场，但优秀企业的市场份额会增加，特别是优秀的民族品牌公司将会成为中国市场的主导者，显升想成为后者。”

创新是一个企业生存和发展的灵魂，作为显升的掌舵人，苏艺强深谙此道：“创新是企业发展的基础，是企业日趋激烈的竞争中不断发展壮大的核心驱动力，只有不断创新，才能不被市场淘汰，一直走在行业前沿。”

显升的创新体现在企业研发、生产、销售的方方面面。在生产流程方面，显升对生产流程进行智能化创新改进，降低了劳动力成本，提升了产能速度与质量，让生产过程趋于自动化、智能化；在生产设备方面，引进国际先进的生产技术及生产设备，目前拥有全自动的婴儿拉拉裤、婴儿纸尿裤、婴儿纸尿裤片、成人纸尿裤、成人纸尿裤片、护理床垫各类型设备20多台，在产品方面，13年来，公司一直持续坚持自主研发创新，不断加大产品的研发投入，成立独立的研发中心，对产品进行创新研发，不止步于当下的热销产品，同时与中山大学、华南理工大学等国内知名大学开展产学研合作，多方位提升公司研发能力；在管理体系方面，不断地创新改进管理体系，对各部门、各岗位都进行周期性5S改造和QC优化，注重人才吸纳、人才培养以及人才管理，打造丰富多彩的企业文化；在品牌营销方面，对公司旗下不同品牌的产品进行精准定位，创新品牌营销方式，对实体渠道控价与网络渠道控价实行标准化管理，坚持用心维护“厂商—经销商—零售店—消费者”体系，形成可持续发展的生态圈。



显升公司旗下品牌产品。

品质，塑造中华民族品牌

如果创新是一个企业生存和发展的灵魂，那产品品质则是一个企业在市场中立足的根本和发展的保证。13年时间，显升从一家小型工厂发展到拥有DRESS吉氏、婴之良品、舒氏宝贝、肯德康、添康、添宝等多个自主品牌的大型现代化企业，产品也从单一的纸尿裤到如今多个种类产品，产能上更是有了质的提升。持续不断的在产品上研发创新，提高了显升产品生产效率、产品质量，也让产品更加符合消费者的需求。

近年来，随着人们生活水平的提高，对品质的要求意识不断加强，安全问题被高度重视，产品品质显得尤为重要。作为卫生用品市场的元老，显升坚持以专业打造高品质产品，以灵活的发展策略来应对市场的万千变化。

苏艺强表示：“自成立之日起，显升就致力于‘为中国宝宝智造最优质纸尿裤’，并以创造民族品牌为己任。面对国内婴儿纸尿裤行业的迅猛发展和越来越多样化的渠道，显升顺应市场的变化，积极向品牌驱动型企业转型、在产品功能价值上升级。”

纸尿裤产品质量的好坏，与生产设备有着直接的联系。为确保产品生产时的卫生安全 and 产品质量的稳定性，显升从国外引进全球最先进的全自动、智能化生产线。苏艺强表示，从国外引进的智能生产线，能更好地确保纸尿裤在生产过程中不被污染，且产品的合格率比国产设备高两个百分点，生产出的产品稳定性也更好。

为确保产品质量，显升还与生产设备商合作研发不起坨芯体的生产设备。经过不断的改良测试，显升成功研发出我国第一台不起坨芯体生产设备，实现了不起坨芯体的自主生产，成为国内首家研发并生产不起坨纸尿裤的公司。此外，为了解决传统纸尿裤长时间穿戴容易造成婴儿“红屁股”的难题，显升不断改良纸尿裤表层设计，经过多年的研究，攻克了3D压花技术，设计出3D压花表层婴儿纸尿裤，成为国内第一家使用3D立体工艺的纸尿裤企业，也是国内最早开始研发3D立体工艺的企业，引领着中国纸尿裤行业技术的不断创新和进步。

谈及企业未来规划，苏艺强说：“在企业发展过程中，总会有各种各样的困难，作为企业负责人没有退路，只能积极主动地面对，不断解决问题，引领公司不断成长。未来，显升将坚持研发创新，为消费者提供更多优质的产品。”TA



无论是产品还是技术，兰精都在围绕“可持续”这个大的方向发展。

缔造可持续之路，探寻美好“新森活”

访兰精集团高级副总裁胡坚

本刊记者_李江敏

全球科技创新的大环境之下，以前卫著称的时尚行业有时却显得保守。兰精集团认为随着原材料与科技革新，由美至善，时尚可持续将成为各大品牌发展的新征程，这个被业内认可的时尚产业新引擎，随着不断崛起的年轻消费力量与新中产的推动，将成为人们的共识。



胡坚

迎来 80 周年的奥地利兰精集团一直坚信可持续发展才是企业最终目的，以极高的环境标准要求自身，在探索再生纤维产品的同时，积极引导消费者选购植物型、生态型面料。

在近日举办的中国国际时装周（2019 春夏系列）DHUB 设计汇上，以“无界·新森活”为主题的系列活动在 751D·PARK 北京时尚设计广场上演。在这次活动中，可持续发展以其全新的展现形式走入人们的视野，兰精集团高级副总裁胡坚也在接受《纺织服装周刊》记者的专访中，讲述了他对于可持续发展的理解。

与品牌联手，打造行业标杆

随着人口不断增长以及消费者越来越重视可持续发展，时尚产业对环保面料的需求正逐渐增多。在生态环保意识之外，消费者对服装的要求也与日俱增，面料的悬垂飘逸、光洁清爽、颜色亮丽等性能都需要达到新高度。

胡坚说：“科技让人类进步、让商业形态改变，也让人们的生活需求与对自然资源的索取不断增长。如果我们不行动起来，不久的将来，自然本身的供需平衡将被打破，我们赖以生存的地球环境也将进一步恶化。兰精集团将取自自然的纤维素纤维广泛运用到人类日常生活的方方面面，又依托其可降解性，形成循环可持续发展的完整生态，这是兰精对‘自然、科技、无界’的理解。从我个人角度来说，在追求好的生活条件的同时把对环境的思考放在首位，则是社会责任感的体现，从尽可能不用塑料袋做起，可持续不是少数人追求的时尚，希望成为越来越多的人的信条。”

据了解，这是兰精集团第一次参与中国国际时装周 DHUB 设计汇的活动。“在兰精打造的无界生活空间中可以看到，所涉及的板块非常广泛，我们希望通过这种合作展示的方式，使产业链中的原材料企业也能从默默无闻的幕后走到设计师面前，为时尚灵感提供新鲜的素材。包括与中国时装设计‘金顶奖’获得者陈闻的跨界合作，也是希望能让兰精从原料供应的前端走到直面消费者的后端。”胡坚向记者介绍说，兰精展区按照不同的类别来划分，这样可以更好的将产品特点以最直观的方式展现给消费者。

记者在浙江嘉名染整有限公司的合作展区了解到，其之前的童装面料以全棉为主，而与兰精合作后则在棉纱里混入了一定量的天丝莫代尔来改善童装手感。创新同样体现在广东前进牛仔布有限公司与兰精的合作展区内，采用天丝莫代尔、Refibra 革新技术生产的天丝莱赛尔与精梳棉混纺的独特牛仔面料，融合舒适、垂顺、环保于一体。

与绿色同行，构建发展格局

自兰精集团实施 sCore TEN 战略起，就始终围绕三大核心逐步转型成为以创新、质量和可持续发展为本的特种纤维生产商。

一是继续专注于核心纤维业务。胡坚向记者介绍：“今年年初，我们刚推出一款采用独特技术的 LENZING ECOVERO（兰精环生纤）品牌粘胶纤维。过去的十年来，客户的环保意识稳步提升，特别是在近几年的时尚纺织业，甚至很多来自印度的品牌也在讲究环保，开始大量使用我们的产品。接下来的重点还是要把兰精环生纤的产量做大，再以不同的创新方式去满足市场的需求。”

二是在市场对接方面努力做到更好。例如，在中国香港设立并启用了具有世界先进水平的应用创新中心（AIC），不仅能从概念、染色、表面处理到产品数据的精确测量等方面提供帮助，而且还可以为兰精及其合作伙伴提供互相学习交流的机会，创新产品在通过测试后可直接转化为商业化产品，有助于兰精更迅速、有效地向客户推荐新品。

三是通过集团强大的研发水平，来提高公司产品差异化程度，使产品的科技含量、档次及附加价值不断提升。

“未来，我们还会继续坚持可持续发展理念，把产品做好，与更多的品牌合作、与更多的媒体交流，把我们的理念用更多的方式体现出来、推广出去，推动时尚产业的可持续发展。”最后，胡坚总结道，“我看好当前趋势，无论是兰精的产品也好，技术优势也好，都在围绕‘可持续发展’这个大的方向前进，这是兰精的核心竞争力。中国消费者在过去五年中越来越关注提升生活品质，用我们的技术和产品满足他们的需求，可以达到多赢，从这一点来看，我们就有动力和信心在这条道路上继续兰精的使命。”



棉纺全流程数字化成套设备

COMPLETE DIGITAL SPINNING PROCESS



经纬纺织机械股份有限公司
JINGWEI TEXTILE MACHINERY CO.,LTD.

地址：中国北京市朝阳区亮马桥路39号第一上海中心7层
电话：86-10-84534078/79/80
网址：www.jwgf.com

邮编：100125
传真：86-10-84534135



纺织服装周刊

趋势联盟优秀产品 女装面料系列(下)

让女装魅力不凡，面料给出优选答案

中国纺织信息中心_彭丽桦

新时代女性对美与时尚的追求步步攀升。怎样以专属风格让消费者体验“衣”你所想、“衣”你所爱？在看点与卖点之间，中国纺织面料流行趋势研究与发布联盟企业的优势产品给出让女装魅力不凡的更优化答案——系列化优选特色产品，并结合秀场对应款式，让面料与服装搭配呈现，展现中国流行面料助推东方时尚引领国际潮流的不凡实力。

人造皮草



腈纶面料系列

以褪色工艺、印花工艺增加面料色彩的层次感，提升仿真效果；用提花、套印工艺丰富面料的外观表现，增加时尚度；面料手感更加细腻，作为服装面料、辅料均有很大的设计空间。



涤纶面料系列

以生态绿色的再生涤纶为原料，精心打造出仿羊毛和仿兔毛外观。仿羊毛面料采用特殊的滚束工艺，颗粒感惟妙惟肖；仿兔毛面料采用烫光工艺，顺滑柔软。面料在服装、玩具、饰品等领域应用广泛。



羊毛面料系列

致力于保护动物、减少杀戮，以异曲同工的品质感完全替代皮毛一体产品，该系列面料以100%羊毛为原料，采用特殊的滚束工艺打造极致的仿真效果，面料保暖透气、性价比高，是制作大衣、外套等高端奢华服饰的优质原料。

面料来自国家人造皮草流行趋势研究中心——宁波纬一长毛绒有限公司

数码印花



提花系列

以两种或两种以上原料（涤纶和粘胶为主）交织而成，通过提花、剪花等不同工艺打造出立体的布面效果，数码印花工艺的叠加使用，赋予面料丰富的色彩和花型，面料的结构感和品质感更强，该系列产品比较薄透，主要用于衬衫、裙装等夏季女装。



绒布系列

采用两种以上原料织造，通过烂花、压花、烫金等工艺处理，改变原本单一的面料表面，增加其立体感和时尚感；面料厚实保暖、可塑性强、性价比高，是套装、裙装等秋冬女装的优选面料。



特黑系列

以涤纶为主要原料，通过应用企业的特有技术，在单一的特黑布面上做深加工，丰富了面料的外观效果，印花、绣花、激光切割、流苏……一系列时尚元素的加入，显著提升了面料的时尚度和品质感，厚实的质地、良好的垂感，非常适合做长袍和长裙等。

面料来自国家数码印花面料流行趋势研究中心——浙江红绿蓝纺织印花有限公司

针织时装面料



雅赛棉系列

采用天然环保的雅赛尔纤维为原料，结合生态环保的生产工艺，产品废弃后能自然降解，是可持续发展的优秀产品；面料亲肤柔软，具有良好的吸湿透气性，上染率高，且不易起毛起球和变形，在T恤、卫衣等运动休闲领域应用广泛。



雪尼尔系列

布面覆盖有均匀的绒毛，柔软细腻，散发出柔和天然的雅致光泽，保暖舒适性良好，是制作女士裙装、T恤、套装的优质选材，尽现代女性典雅大方、时尚温婉的气质。



卫衣系列

紧密契合环保趋势，选择生态绿色的再生纤维为原料，通过优质的工艺处理以及色彩设计，呈现出简约大方的外观效果，舒适柔软的手感为卫衣的穿着体验大大加分。

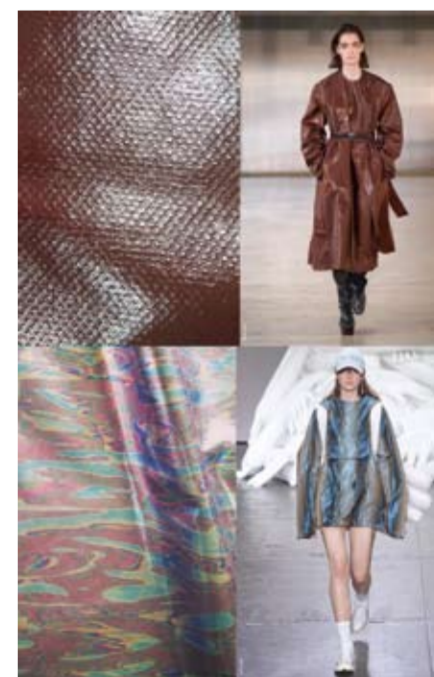
面料来自国家休闲针织面料流行趋势研究中心——广东健业纺织集团有限公司

中高档锦纶面料



流光系列

重点强调面料的烫金效果。采用细且锦纶高弹丝和低弹丝制成，经环保工艺、染色涂层加工，赋予面料丰富的色彩，宝蓝色闪耀亮丽、紫色梦幻多姿、金色活力十足、粉色莹润活泼，面料柔软悬垂、表面微皱，具有防风防水功能，是风衣、夹克等休闲运动服装的优质素材。



仿皮革系列 & 炫彩系列

以与时俱进的时尚态度分别强调面料的漆皮和塑料效果。科技前卫的时尚面料，采用涤纶低弹丝或锦纶长丝织造，经环保工艺、染色涂层加工，收获两种截然不同的风格效果。流行粉色和深酒红色打造的仿皮革面料，平整光滑、时尚新颖；流光溢彩的炫彩塑料感面料，悬垂挺括、青春趣味。两个系列面料都具有防风防水功能，十分适用于制作风衣、夹克等运动休闲防护类服装。



起皱格纹系列

以细且锦纶长丝为原料，采用环保染料、溢流染色加工，节约能源；面料轻薄悬垂、表面微皱，流行橙色和高级灰色作为主色调，简单又不失时尚，同时具有易洗免烫特性，是制作休闲服和风衣的优质面料。TA

面料来自国家锦纶面料流行趋势研究中心——吴江福华织造有限公司

纺织服装周刊

产业转移以及贸易摩擦下，服装制造业何去何从？

访上海慕得服饰有限公司总经理隋力培

刘斌 / 文



隋力培

纵横服装界多年，隋力培曾于欧洲最大服装服饰零售集团之一的 C&A 和 BESTSELLER 公司担任高管职务，负责中国地区采购工作。二十多年的一线国际采购商从业经历，让她熟悉欧洲及北美市场，对国际采购商的采购流程、社会责任、环保要求及质量管理体系非常心得；擅长供应链管理，熟悉中国及东南亚地区的生产基地，包括针织、梭织等全品类产品以及生产基地，曾有确保质量前提下，带领团队实现销售额过亿美元增长的成功经验。

2007 年起，隋力培与法国合伙人在欧洲品牌市场创业；2013 年起，与国内一线供应商合作管理北美市场的开发，与美国大型服装连锁时尚品牌均有合作。对于产业转移，上海慕得服饰有限公司总经理隋力培作为跨国采购专家，有着自己的见解。

中国纺织服装业面临成本挑战

隋力培认为，中国加入 WTO 后，从 2003 年到 2007 年，出口连续每年以高于 25% 的速度增长，在全球的出口份额增长了 6 倍，成为名副其实的“世界工厂”。不过，近几年中国纺织服装制造业的人口红利优势逐渐下降，据《经济学人》数据显示，2015 年中国工人的平均日工资是 27.5 美元，远远高于印度尼西亚的 8.6 美元以及越南的 6.7 美元。可以看出，劳动力成本的上升，直接导致中国代工厂优势下降。

实际上，在中美贸易摩擦出现之前，纺织服装制造业就在向东南亚转移。“早在 2005 年，我任职的跨国公司就进行了东南亚采购的尝试。那时候，柬埔寨工人的月工资虽然只有 70 美元，但工作效率比同期中国工人低一半以上，且只能生产最基本的款式，另外，整个供应链的原辅料都来自于中国，当地的清关和运输效率也要低很多，所以在初期尝试了两季后，欧盟取消了对中国的配额限制，我们就将生产转移回来。”她表示，如今东南亚虽然工艺水平不及中国纺织服装企业，但也有了显著提升。特别是一些国际快时尚企业如 H&M、BESTSELLER、ZARA 等已将部分成衣生产厂从中国搬到了缅甸、柬埔寨等地区。这些跨国公司甚至要求新开发的供应商必须在缅甸有生产基地，否则不能列入许可供应商名单。

在担任跨国公司采购首席代表期间，隋力培带领团队建立和实施了高效的质量控制体系、供应商工厂评估标准和社会责任评估系



纺织服装行业向东南亚转移，除考虑显性成本外，还需综合考察当地情况。

统，提升了整体质量水准，稳定了供应商体系。她致力于协同买手、供应商一起为针织及皮装的环保生产而努力，率先申请到欧洲 OEKOTEX 环保生产标识；2005 年成功开发跨国公司东南亚生产采购业务，成为第一批涉足东南亚生产的国际买家，并持续监督提高当地工厂社会责任评估和质量监督。

国际采购商的生产选择愈来愈倾向于低成本的东南亚地区，欧美国家对于这些地区的进口税收优惠使得国际买家的到岸价更有优势。面对贸易摩擦以及产业转移，中国纺织服装制造企业是否还具备持续竞争力？

行业亟须建立新的竞争优势

改革开放初期，中国内地迎来的大都是港澳台投资，生产制造多是“三来一补”贸易。隋力培观察发现，在随后的 20 年，中国投入大量物力财力进行基础设施建设，到 2000 年前后，中国纺织服装产业开始形成较为完整的产业链条，高中低档面料辅料一应俱全，整体工艺水平和生产能力达到了国际水准，另外加上中国政局稳定，政府宏观调控能力强，企业制度普遍较为规范，风控管理与质量体系完善，逐渐在国际上建立了较好信誉。

隋力培认为，其中很重要的一点是工人素质，中国工人相较于东南亚工人也优势明显，加上近年来中国大力推行工业自动化，这就使得在 2000 年前后，中国纺织服装制造企业深受欧美企业青睐。

众所周知，东南亚虽然用工成本较低，但其相关配套却并不完善，主要原辅料都来自于中国，清关效率低、周期长，工厂整体管理和技术团队也主要来自中国，管理成本居高不下。隋力培说，以柬埔寨为例，当地工人工资成本已经比十年前上涨了 3 倍，政府已承诺在未来五年还要继续上涨，金边周边的工业用地成本已经上涨了 7 倍，水电燃料等成本虽没有大幅上涨，但是成本一直是中国的 1.5 ~ 2 倍，同时还有很多隐形成本。而越南工资近 20 年来已经上涨近 17 倍，整体成本已经快和中国持平。

麦肯锡全球研究指出，东南亚国家联盟的进出口成本（包括关税、港杂费、内陆运输费等）比中国高 24%，而且其进出口过程用时比经合组织平均高出 66%。此外，东南亚的政治环境不稳定，潜在风险高。越南属于东南亚最先开发的地区，相关配套和工艺水平优于其他国家，但政局的不稳定曾导致投资者损失巨大，对于欧美品牌买家的销售也造成了负面影响。

因此隋力培建议考虑向新兴市场转移的企业，一定要了解投资国情况，切勿盲目跟风。在试图改变企业的全球采购策略时，不应该只考虑显性成本这一因素，也应该同时考虑到与新工厂合作存在的风险和不确定性，特别是在信息效率方面的劣势，可能会冲击低成本带来的效益。

将产业链从中国移出并非易事，中国是世界上仅有的拥有联合国工业类别中悉数工业类别的国家，又是人口大国，拥有巨大的消费市场，中国制造正向中高端发展，国际市场应留下真正做品牌做产品的好企业好品牌。在隋力培看来，中国服装制造业的未来未必不是“made in China”走向世界的一种新姿态。



在当前全球化趋势下，意大利纺机行业依然保持了相对稳定的地位。

谁是意大利时尚品牌的幕后英雄？

本刊记者 _ 墨影

意大利纺织业以其精湛的制造工艺和艺术设计闻名于世，其背后纺机行业功不可没。随着全球纺织产业的不断发展，意大利纺机的创新精神、可持续技术、可靠性以及高质量使其在全球纺织机械生产中始终保持着领头羊的地位。

GUCCI、PRADA、ARMANI……诸多意大利品牌我们都耳熟能详，为什么意大利的时尚品牌在中国这么出名？意大利究竟如何建立起如此多的知名品牌？

意大利驻上海商务领事 Maria Ludovica Murazzani 认为，意大利品牌拥有在全球范围内的知名度关键在于品质，而保证这样的品质，就需要有好的创新和设备保障。

据相关数据统计，意大利的机械制造业年收入达 29 亿欧元，其中 24 亿欧元为出口，占比达全球纺机市场的 12%，意大利制造的领先性和领导力可见一斑。在不久前结束的中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会上，意大利展团参展面积达 6300 平方米，共有 60 余家企业参展；而在首届中国国际进口博览会上，意大利也是非常重要的欧洲参展国之一。

据意大利纺机协会主席 Alessandro Zucchi 介绍，在意大利有 300 多家企业从事纺织机械生产，从业人数达 1.2 万名，其中 76% 的企业营业额低于 1000 万欧元，规模较小，但这正是意大利纺机行业的特色所在，也赋予了企业更高的效率和灵活性。意大利纺机的出口中，有 46% 出口到亚洲，尽管印度、越南、印尼、乌兹别克斯坦、斯里兰卡都表现出非常强劲的销售增长势头，但中国依旧是其最大的出口市场。

意大利与中国纺机之间的“缘分”早已深种，在中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会上，记者采访到了意大利纺机协会的相关负责人，也了解到了他们对于中国纺机力量的一些看法。

相互促进又相互竞争

对于如何看待中国纺机力量的崛起，协会负责人表示：“在过去的一年当中，我们可以看到中国与意大利在纺织机械行业之间的合作已经非常牢固，甚至有一些意大利纺机协会的成员把生产基地搬到了中国。这也足以看出意大利纺机企业在投资观念上的远见，他们看到了中国市场的潜力，也相信其活力。”

“我们目睹中国的发展，对我们来说是一种刺激，因为如果中国发展得不好，我们可能就没有动力去创新，中国的发展也是对我们创新的一种激励。”该负责人说：“当然，目前已经有部分中国同行有能力提供和欧洲设备相媲美的设备，这对我们而言是机遇也是挑战，我们会以非常积极乐观的方式去看待竞争。”

中国与意大利的贸易渊源已久，目前也已经有很多意大利企业考虑在中国设厂，但在意大利，76% 的纺机企业是中小型企业，他们是没有能力在中国设

厂的，这就意味着他们所提供的产品并不是所谓的大规模生产，而是保持着他们效率高、灵活性高的优势。

当下，很多客户越来越喜欢定制、小众的精品，从这点来看大规模工业化生产也许不能满足这些客户的要求，因此，意大利的中小型企业的前景依旧乐观。而且，创意是意大利人 DNA 的一部分，中国纺织企业所提供的不应该是产品，更多的应是创新、创意。

中意合作值得期待

近年来，欧洲很多行业都在整合，很多意大利企业也与中国企业达成了并购协议，对此，Alessandro Zucchi 表示，上世纪 80 年代很多经济学家都说绝大多数的意大利企业都是中小型企业，很快会在工业化的浪潮当中消失。可是现在已经是 2018 年，也不过是 1% ~ 2% 的企业消失了，现存的中小型企业仍然保留着他们原来的中小型的规模。“我们绝大多数的中小型企业都是家族企业，这是一个显著特点，家族的传承对意大利来说是非常重要的，家族企业的意义会超越仅是商业的价值。对于一个家族企业来说，他们不太会去放弃或者出售他们的品牌。作为纺机协会的主席，我当然希望能够看到一些兼并或者强强联合的情况，一方面，这会是一个很好的优势，另一方面，如果企业整体规模太小，在融资上可能有一些不足之处，所以，我对于这种强强联合是非常乐见其成的。”

在当前全球化趋势下，意大利纺机行业依然保持了相对稳定的地位，且有一定利润，利润虽不如 20 年前丰厚，但足以支撑行业当下的运营和新市场的开拓。

“同时，需要特别提到的是中国正面临环境保护问题，甚至已经被写入中国国策。我们 2011 年在全球推出了应用于纺织机械的可持续发展理念，目标就是要求企业来分析其设备，尽可能地重复利用相关资源。七年之后，成果喜人，这个项目的推进使我们的设备能够在生产过程中能耗降低 30%，蒸汽消耗降低 60%，气体使用降低 40%，整体降低了纺织行业对环境的污染，这也是我们对环境的责任。”Alessandro Zucchi 说，意大利纺机协会会员生产的设备都是获得第三方环保认证的，也都能满足以上提到的环保指标的要求，这对于要求节能环保的中国市场而言，无疑是个不错的选择。而且，在印尼不少纺织企业也面临环保不合格就关厂的严峻挑战。对于全球都在关注的环保，意大利纺机行业已经做好了铺垫。ITA

实现设计的无限可能

爱普生直喷数码印花机首度亮相 2018 ITMA ASIA+CITME 展

本刊记者_武筱婷

近日, 2018 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会(简称:ITMA ASIA+CITME)在国家会展中心(上海)开幕。爱普生作为全球领先的打印设备供应商,展示了高品质直喷印花解决方案、热转印解决方案和个性化打印等先进的解决方案。

爱普生(中国)有限公司总经理深石明宏、专业打印市场总监内田康彦出席了发布会,并共同发布了国内首款采用爱普生精密核心技术的工业纺织直喷数码印花机“蒙娜丽莎”第三代机型——Monna Lisa Evo Tre。

为个性化定制而生

蒙娜丽莎印花机自第一代在 2003 年上市以来,已在欧洲、拉丁美洲、亚洲等地区发展成熟,全球累计销量已达到 350 台,为当地数码印花行业发展做出了杰出贡献。这次在中国首次亮相的“蒙娜丽莎”第三代机型也成为此次 2018 ITMA ASIA+CITME 展上的一大亮点。

内田康彦表示:“爱普生致力于将科技与行业使用场景深度融合,为行业变革而不断创新。此次蒙娜丽莎印花机的问世,将转变传统设计思维,以全新方式,助力服装设计师与服装印染厂商探索时

尚设计与生产的创新模式。”

蒙娜丽莎印花机结合爱普生尖端科技,以及来自 ForTex、Robustelli 两家意大利公司的优势,用数码印花代替传统印花,实现始终如一的高品质输出,同时它的生产周期可从传统印花方式所需的数月缩短至一周甚至是一天,兼顾高效输出与绿色环保。

蒙娜丽莎印花机配备了爱普生独有的 PrecisionCore™ 全新一代微压电打印喷头,可广泛适用活性、酸性、分散、涂料等各种墨水,在涤纶、羊毛、丝绸、雪纺等各种材质上精准印花,摆脱热转印技术对布料的限制,可精确表现出设计师的想法。同时,它无需打版,直接利用电脑控制微喷印花,打印在任何材质上,极大满足了现在高端市场对于个性化服装定制的需求。

有环境,才有未来

爱普生深知,有环境,才有未来,因此用心制造品质可靠、绿色节能的产品,助力中国企业进一步创新升级。爱普生数码印花过程所需的耗电量和



首次亮相的“蒙娜丽莎”第三代机型成为此次展会上的一大亮点。

耗水量比传统的工艺过程减少了 40% ~ 75%,还通过真空灌墨技术减少了墨水更换过程中造成的余墨浪费。同时蒙娜丽莎印花机所使用的印花墨水取得了专门针对墨水的环保认证——Oeko-Tex 环保认证,可安全应用于服装、家纺等直接接触皮肤的面料上。

深石明宏表示:“蒙娜丽莎印花机已经在意大利、土耳其等全球纺织印染及服装设计发达地区证明了它巨大的价值,相信在中国市场也将发挥出它的尖端能量,大放异彩。爱普生作为数码印花市场的领军企业,将不断进取革新,为行业带来更多的创新产品,为用户创造更高的价值。”TA

多元教育为行业未来打基础

2018 红袖“时尚·科技·人才”国际论坛在浙江理工大学举办



本次论坛邀请多国专家共同探讨时尚、科技和人才的综合发展。

近日, 2018 红袖“时尚·科技·人才”国际论坛在浙江理工大学举行。来自中国、日本、韩国、美国、新加坡、坦桑尼亚等国家及地区的学者、时尚行业资深专家、服装企业代表以及浙江理工大学的师生参加了此次论坛。开幕式由浙江理工大学服装学院党委书记朱小行主持。

本届论坛由中国服装设计师协会、浙江省时尚产业联合会和浙江理工大学共同主办,由浙江理工大学服装学院承办,浙江红袖实业股份有限公司赞助支持。论坛以新经济、新环境为背景,从全球关注的“绿色生态环境保护”角度出发,邀请国内外纺织服装教育界专家、学者、时尚及科技行业精英共建时尚教育“产教融合”平台,共同探索时尚可持续发展的创新途径和价值。

浙江理工大学服装学院院长邹奉元在发言中介绍了浙江理工大学服装学科近年来发展情况和取得的喜人成绩,希望与海内外更多的高校和企业交流合作、产生共赢。在随后举行的“浙江理工大学—杭州隆通纺织有限公司时尚设计——创新·创业·创意人才孵化项目签约仪式”上,浙江理工大学服装学院副院长胡迅与杭州

隆通纺织有限公司总经理陈丽萍代表校企双方签定了人才孵化合作协议。在校外专家导师授聘仪式上,柴方军、陈丽萍、牟曦曦、朱见山、张忠岩、陶静秋、曹爱华 7 位企业带头人获得校外导师证书。

论坛的主题演讲环节中,来自同济大学、华东师范大学、浙江理工大学、美国北德州大学、旧金山艺术大学、韩国水原女子大学、日本文化学园大学、澳大利亚皇家墨尔本理工大学、坦桑尼亚达累斯萨拉姆大学、台湾辅仁大学和 新加坡纺织服饰训练中心、阿里巴巴集团等国内外纺织服装教育界专家、学者、时尚及科技行业精英聚焦于“可持续时尚”这一概念,从自然生态环境保护下的时尚发展、社会生态环境变化和时尚变革、时尚业的新商业生态和模式、时尚业的新消费文化和生活方式切入,分享了自己或团队在未来时尚产业发展和人才培养上的研究和思考,探讨了科技对时尚业人才、机构、空间的影响与改变,以及未来如何将科技与时尚相融合从而使中国纺织服装行业发展成为创新驱动的科技产业、责任发展的绿色产业和文化引领的时尚产业,构建纺织服装业的新未来。(刘嘉) 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



中国纺织工业联合会会刊



中国家用纺织品行业协会会刊



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 010-85872640 新媒体热线: 李江敏 010-8587263 广告热线: 万略 010-85872646 发行热线: 章简 010-85872699

《纺织服装周刊》官方网站: www.taweekly.com

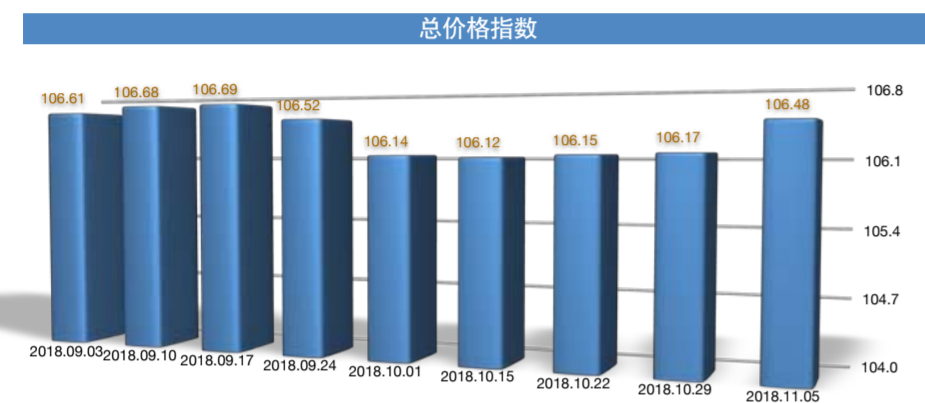
纺织服装周刊

GROUP COOPERATION

秋市销售环比推升 价格小幅上涨

20181105 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20181105 期纺织品价格指数收报于 106.48 点，环比上涨 0.29%，较年初上涨 0.46%，同比上涨 0.34%。



近期，中国轻纺城秋市营销环比推升，其中：原料市场行情小幅下跌，坯布市场价值明显推升，服装面料市场布匹价值小幅上涨，家纺类产品成交价值小幅上涨，辅料行情微势回升。

原料行情小幅下跌，涤纶继续下跌、纯棉纱行情仍显平淡

据监测，本期原料价格指数收报于 85.47 点，环比下跌 0.23%，较年初上涨 2.89%，同比上涨 2.75%。

聚酯原料价格环比回缩，涤纶行情继续下跌。本期涤纶原料价格指数继续下跌。上游聚酯原料行情仍以疲态下行为主，价格继续疲弱，近期华东地区 PTA 现货主流 7150 元/吨，MEG 主流 6850 元/吨左右，聚酯切片市场报价继续下跌，聚酯切片江浙地区半光切片现金或三月承兑 9000 ~ 9100 元/吨。萧山地区涤纶长丝成交仍有回缩，FDY 厂家报价继续下跌，大有光丝价继续下跌，细旦丝价继续下跌。DTY 成交继续下跌，产销继续平淡，价格继续下跌，DTY 多孔丝价继续下跌。近期涤纶短纤价格继续下跌，成交稳中回缩，现江浙地区 1.4D×38MM 主流现 9900 元/吨左右；涤纶短纤价格受石油价格影响，继续处于震荡下跌阶段，下游采购也不够积极。纯涤纱市场价格继续下跌，江浙地区 32S 主流在 14700 元/吨左右，50S 主流 18250 元/吨左右。

纯棉纱气氛多显平淡，人棉纱市场弱势调整。萧山地区纯棉纱市场气氛多显平淡，报价疲弱下跌。“银十”威力没有发挥出潜能，目前纱线市场整体表现不佳，多数纺企常规品种库存增加，后续订单严重不足。纯棉纱常规品种出货价格基本有 200 元/吨左右的下调。而涤纶纱销售一直不太稳定，目前出货相对较好的品种有 T65/C35 45S。粘胶短纤分歧较大，涨跌互现。厂家报价区间拉大，高位成交落实难度较大，预期仍偏空。下游多刚需小单补货为主，普遍压价或寻求低价或倾向月结政策。萧山人棉纱价格弱势调整，下游坯布订单乏力，织布厂库存高企，局部降幅生产。

坯布行情环比推升，价格指数明显上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 118.02 点，环比上涨 1.76%，较年初下跌 0.55%，同比上涨 0.22%。

本期坯布类价格指数呈明显上涨走势。因目前纺织市场行情局部环比推升，订单局部增加，纺织坯布成交推升，秋季坯布下单环比小升，初冬季坯布下单局部性有所增加。其中：天然纤维坯布需求明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，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；混纺纤维坯布需求明显回升，价格指数呈一定幅度上涨走势，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值明显回升；化学纤维坯布现货成交和下单环比推升，价格指数呈一定幅度上涨走势，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色 T 坯布成交价值环比推升，拉动坯布类总体价格指数明显上涨。

服装面料销售环比推升，价格指数微幅上涨

据监测，本期服装面料价格指数收报于 117.72 点，环比上涨 0.03%，较年初下跌 0.36%，同比下跌 0.82%。

服装面料类价格指数微幅上涨，近期轻纺城传统面料市场营销环比推升，至目前初冬季

新风格面料下游需求环比增加，兼具时尚元素的创意产品局部下单小幅增长，部分布业公司和规模性经营商户成交环比推升，创新创意产品价格小幅上涨。涤棉面料、涤粘面料、涤氨面料、粘胶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价值不等量上涨。近期，轻纺城市场涤粘面料现货上市量环比增加，成交批次局部增长，连日销量呈小幅增长走势，创新面料成交价值呈小幅增长走势。涤粘高支纱哔叽、涤粘贡丝锦、涤粘精细斜纹、涤粘加厚斜纹、涤粘加厚磨毛斜纹活性轧染、机染面料互动，局部中小批量下单，涤粘数码印花面料、涤粘色织条格面料以新取胜，兼具时尚元素的创意花型面料局部小批量多品种发货。

家纺营销环比推升，价格指数微幅上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 102.14 点，环比上涨 0.03%，较年初下跌 0.55%，同比下跌 0.50%。

本期家纺类价格指数微幅上涨，近期轻纺城家纺市场营销环比推升，创新花型面料订单发送量环比小增，兼具时尚元素的创意产品现货成交环比增长。其中：床上用品成交环比推升，价格指数呈微幅上涨走势；窗纱现货成交和订单发货环比推升，小批量多品种色泽花型成交环比小增，中批量成交局部小幅推升，较大批量成交局部亦有小幅增长，价格指数呈微幅上涨走势；窗帘布成交环比回升，涤纶有光 FDY 提花定位印花窗帘布、半光 FDY 提花定位印花窗帘布、DTY 提花窗帘布、(FDY+DTY) 印花绣花窗帘布成交局部小幅回升，价格指数微幅上涨，拉动家纺类总体价格指数小幅上涨。

市场需求环比回升，辅料指数微幅上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 131.78 点，环比上涨 0.02%，较年初上涨 0.90%，同比下跌 0.39%。

本期服饰辅料类价格指数微幅上涨，近期轻纺城传统市场服饰辅料行情环比回升，至目前现货成交和订单发货小幅回升。带类行情环比回升，价格指数呈小幅上涨走势；衬料类行情环比推升，价格指数呈小幅上涨走势，拉动辅料类总体价格指数微幅上涨。但线绳类成交环比回缩，价格指数呈小幅下跌走势；花边类行情环比小跌，价格指数呈小幅下跌走势；服装里料类成交继续回缩，价格指数呈微幅下跌走势，相对制约了辅料类总体价格指数的上涨幅度。

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。受内需拉动和“一带一路”沿线国家纺织品服装出口趋好形势，创新面料供给有所增加，市场营销震荡上行，兼具时尚元素的创意产品业内后市营销环比推升，新风格面料市场行情走势局部销量环比推升，南北客商认购踊跃度将震荡小升。后市随着季节的更替，秋季面料成交逐日下行，初冬季面料成交小幅上升，服饰生产企业御寒加厚型面料订单局部小增，织造企业开机率继续保持，印染企业产出局部增长，预计传统市场成交将震荡上行，整体市场成交将呈现震荡小升走势。ITC

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

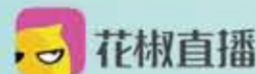
中文网址：http://www.kqindex.cn/ 英文网址：http://en.kqindex.cn/

电话：0575-84125158 联系人：尉尉男 传真：0575-84785651

纺织服装周刊

TEXTILE APPAREL WEEKLY

周刊+



· 行业信息+

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

· 媒体平台+

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

· 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 010-85872640

新媒体热线：李江敏 010-85872630

广告热线：万晗 010-85872646

发行热线：章简 010-85872699



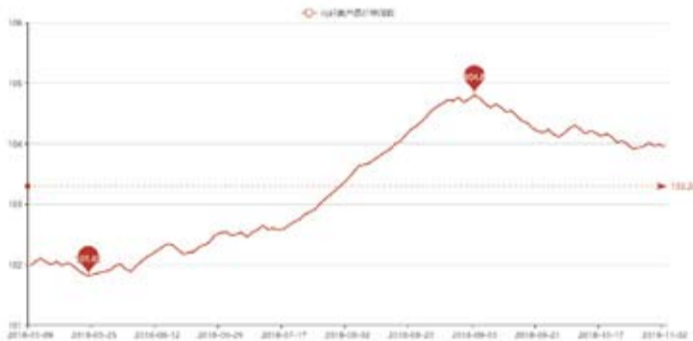
纺织服装周刊

市场成交放大，化纤指数小幅上涨

2018年10月29日~11月2日商务部中国·盛泽丝绸化纤指数一周点评

据对350家被采价单位反馈的数据监测分析，本周商务部中国·盛泽丝绸化纤指数小幅上涨。其中，化纤总指数收盘于103.95点，与上周相比上涨了0.02点；化纤面料价格指数小幅上涨，收盘于100.06点，与上周相比上涨了0.16点；化学纤维价格继续走低，收盘于109.46点，与上周相比下跌了0.16点。本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于104.54点，与上周相比下跌了0.09点。

图1 盛泽市场化纤类产品价格指数



化纤面料市场行情分析

数据显示，化纤面料价格指数小幅上涨，收盘于100.06点，与上周相比上涨了0.16点。

里料方面，本周里料市场成交表现平稳，虽然上游原料价格下跌，部分产品价格小幅下调，市场信心缺失，但并未影响整体走势。具体来看，涤塔夫系列走货较为稳定，成交集中在170T、210T、290T规格，但是价格比上周下跌了0.02元/米，其中290T以上规格走货顺畅，下游采购多用于羽绒服等；轻盈纺系列交投一般，其中190T、210T产销难以做平，价格较前期有所下滑；提花系列局部走货顺畅，下游成交多用于箱包、服装里料，价格与前期大致走平，局部厂家成交价有所下滑，下游采购积极性较好，多销往常熟、杭州等地；经编网眼里布走货尚可，市场采购多用于运动服等，厂家多按需采购。

面料方面，本周弹力类和休闲类面料在市场成交升温，价格大稳小动，前期热销的T400破卡系列本周走货不如前期，但下游服装厂仍有下单，其中白坯价格在5.10~5.20元/米；其他弹力面料系列中，弹力春亚纺、弹力色丁等呈现量升价平的态势，以其弹性、舒适、光泽等优势在市场上走货顺畅；防寒服面料中，双层通道布成为今年一大新品，该面料以涤纶丝为原料织造而成，且是双层布，中间用机器缝合织造而成。直充绒通道布区别于复合布，以其色牢度高、透气性强等特点在市场上脱颖而出，成为今年的特色面料。塔丝隆系列用于制作休闲服系列成交稳定，下游时有采购；麂皮绒系列成交好于前期，尤其是纬向麂皮绒，不仅可制作休闲装、套装，又适用于家纺产品，市场走货尚可；绒类面料市场销售尚可，其中水洗绒和短毛绒下游询盘好于前期；尼丝纺系列则成交不畅，内需市场难以拉大。

从商务部盛泽指数可以看出，目前整个纺织市场订单相比9月有所扩大，秋冬面料在陆续走货，市场货也在不断成交中，不少明年春夏打样工作也在启动，虽然利润空间不如去年同期，但是市场整体需求还是存在。开机率方面，织造厂家手头大多有订单执行，生产积极性稳定，喷水、喷气织机开机率维持在8成左右；库存方面，由于织造产销难以做平，库存仍稳中有升，现盛泽地区坯布库存在32天左右。终端服装市场需求好转缓慢，市场对暖冬预期较大，从而抑制了防寒面料的走货，预计后市将呈现稳中走弱势头。

化纤原料市场行情分析

化学纤维指数继续走低，收盘于109.46点，与上周相比下跌了0.16点。

本周国际油价跌势明显，由于投资者担忧全球经济增速可能放缓，进而影响国际原油需求，导致国际油价周内连续四个交易日承压下跌；截至11月1日收盘，纽约原油12月期货下跌至63.69美元/桶，布伦特原油12月期货下跌至72.89美元/桶。PX方面，本周市场延续低迷调整行情，价格重心跌幅较为明显；截至11月1日，亚洲PX价格大跌至1187.33美元/吨FOB韩国和1207.33美元/吨CFR中国，欧洲PX跌至1115美元/吨FOB鹿特丹。

涤纶长丝方面，本周涤纶长丝市场依然持续上周的低迷行情，主流厂家报价重心日内下跌百元成为常态，更有部分产品日内报价甚至下跌200~300元/吨或偏上水平；后半周主流产品跌势略有放缓。截至11月2日，POY 150D/144F主流厂家报价大幅下降了600元/吨至10100元/吨，而FDY 75D/36F产品报价则大幅下跌至10700元/吨。

产销方面，10月29日在PTA期货强势回升、月底发票需求及下游刚需补货的共同作用下，聚酯市场产销大幅放量，市场产销回升至170%上下，其中POY需求强劲，部分厂家产销达到400%偏上水平。但短暂一日游行情后，余下几日聚酯市场主流产销再度回落，市场表现较为清淡，主流产销集中在5~8成，市场整体心态依然偏弱，多是按需补货，缺乏批量性采购动作。

库存方面，伴随着涤纶市场成交气氛减淡，本周聚酯厂家库存压力进一步攀升。从统计数据来看，现如今涤纶市场整体库存走高至15~23天；具体产品方面，其中POY库存上升至14~18天，FDY库存至15~20天附近，而DTY库存则至22~28天左右。

蚕茧丝绸市场行情分析

本周蚕茧丝绸类产品价格指数小幅下跌，收盘于104.54点，与上周相比下跌了0.09点。

图2 盛泽市场蚕茧丝绸类产品价格指数



寒冬未至，业内却已寒气逼人，20/22、40/44等规格普通等级厂丝报价再度大幅下调。各地蚕桑生产逐步结束，不同厂家各个时间段控制的蚕茧收购茧本不一，在对价格敏感度较高的市场环境中，有的工厂在后市预期影响下主动顺势销售，有的工厂在销售压力影响下被迫亏本大幅下调价格。TA

中国绸都网

指数主管单位：中华人民共和国商务部

指数编制发布单位：中国绸都网

网址：<http://index.1688.com/> 联系人：张强

电话：0512-63086536 传真：0512-63506703



知纺织 通同行 做生意
扫描二维码 立即下载纺织通APP

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



www.fzjfh.com

(上述内容及数据由纺织之光科技教育基金会提供)

纺织服装周刊



“纺织之光”
科技推广云平台二维码



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工业协会评为“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：0531-84880469、84817188 | 传真：0531-84880469、84888668

纺织服装周刊