

# 全面提升 纺织服装迈向“新时尚”

本报记者 施珊瑚

上周，逾17万人次观众奔赴2023中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会CHIC2023(春季)展会。展会上，服装与面料联动，带来的不仅是一场多品类面料展示盛宴，更是一场“1+1>2”的产业合作。2023中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会等五个展会联动，绿色、时尚、功能、科技，成为服装产业上下游备受瞩目的方向，推动纺织服装产业迈向“新时尚”。



## “生态时尚”可持续成共识

“这次春夏纱线展给我很大惊喜，越来越多的展商立足科技创新、绿色环保，推出差异化功能性产品。其中，高倍防晒、天然抗菌、芳香类产品是我此次关注的重点。”亚瑟士(中国)商贸有限公司研发经理孙玉婷一大早就排队入场，徜徉在纤维纱线的海洋里流连忘返。

创意花式纱、奢华羊绒纱、功能化纤……展会上上百“纤”争艳，彰显行业“科技、时尚、绿色”发展的蓬勃之气。

时尚可持续发展理念已经深入人心。三天展会期间，生命与自然成为时尚产业的新热点。本届展会中面辅料行业关注绿色可持续的大方向，“生态时尚”这一关键词，也贯穿本届展会。

展会上，记者观察到，越来越多纱线、面料企业，将生态时尚视为企业产品研发的方向。

上海展带回去的不仅有订单，还有最新的潮流趋势。对行业从业者来说，春季举行的面辅料展一直是必看的展会。作为面辅料行业规模影响力首屈一指的展会，上海展也被认为是观察流行走向的最佳窗口。

有别于传统纺织产品，晋江市本草纺织科技有限公司的成衣吊染、成衣染色、植物性染料产品引得不少国外客户关注。

“现在的纺织产品同质化竞争严重，唯有在技术、工艺上求新求变，才能在市场竞争中夺得一席之地。”该公司总经理杨江源告诉记者，公司通过优化工艺，并结合新材料，利用植物染、扎染创造既符合现代审美，又保留传统技法的新潮国货。“这类产品能够满足不同目标市场和消费群体的需求，为消费者提供个性化的产品。”

也有不少纺织企业以科技创新和绿色低碳破局，培育新的消费增长点。联盛(福建)纺织科技发展有限公司在展会上主打“时尚、科技、可持续”，展示的生物基系列、再生环保可降解系列、植物纤维系列等产品吸引了不少同行关注。这些产品实现原料可持续、技术可实现、产品可降解、产业链可追溯。

在今年的展会上，秉持生态与可持续理念的企业不在少数。在皮革皮草领域，参展企业凌爵皮革主打“科技牌”生态，推出的15个系列产品中，有的运用无铬结合鞣工艺处理，有的创新性地融入可逆温变高分子材料，确保皮革性能优异、清洁环保；而中辉皮草主打“原生态”，原料回归环保和可持续发展两大主题，物尽其用，以纯自然的风格凸显其自然品质。



## “国风”设计 价值消费兴起

随着千禧一代、“Z世代”逐步成为时尚行业的消费市场主力军，男装行业升级趋势日益增强。步入“品质男装”展区，首先映入眼帘的是劲霸、红豆、迪尚、东蒙等优势品牌企业，同时杉趣、敛色、思凯等凸显个性设计的成长型品牌与制造企业也吸引众人目光。

展区内，劲霸男装瞄准男装个性化时尚需求，在坚持品牌原有调性的同时，积极与国际潮流接轨新色彩、新廓形、新材料和新风格。该

品牌以“高山流水共风华”为主题，传递其“高端新国货”战略，在设计上以“中国符号”激发“中国茄克”的当代性和生命力，寻求消费者的共鸣和价值感。

只要品质好，“小众”产品同样会受到“大众”青睐。厦门市崛崛网络科技有限公司相关负责人林真妮从品牌的市场反馈中发现，“千禧一代”消费者需要更有个性、价值的产品来体现自我审美。产品的个性并不一定非要特立独行，而是人们

能够从产品中感受到它的文化沉淀，品牌用精良的制作带给消费者高品质的产品体验。

展会上“国棉国潮时尚”“国风服饰”特色展区，展现出中国文化在时尚圈的自信力。参展品牌或从着手环保回收，或复刻古典服饰，或传承发扬非遗文化，或中西交融的新式改良，展现各自品牌的特点与风格。中国品牌正以全新的服饰语言与创意思维，将中式美学、中国品牌力传递给国内外时尚爱好者。

## “舒适”面料 功能性再升级

与劲霸男装仅一墙之隔的红豆男装，则是瞄准了产品的舒适属性。

近年来，品质化、个性化兼顾功能性和运动休闲属性的男装市场需求量陡增。进入红豆男装的展位，不论是视觉还是触觉上，都能深刻体会“舒适”二字。

江苏红豆实业股份有限公司品牌文化部部长夏明表示，“舒适”已经成为国人选购男装的重要标准，有着广阔的市场前景。“红豆男装正是抓住消费者对舒适的新需求，从一款衬衫开始改革。”我们在面料中加入瑞士HEIQ高分子科技，让面料可降温、控温，帮助体表温度保持舒适。”夏明透露，该系列衬衫于去年3月份上市，至今单品销量已经达到36万件，是红豆历届销量增速最快的单品。

展区内，还有潮童少年装、儿童礼服、儿童泳装、儿童汉服等丰富的童装类别让人目不暇接。

“我们主要以时尚、舒适、健康、安全、环保及高性价比的产品为主。”男生女生品牌管理有限公司总经理柯文化说，“为了满足当下年轻父母一站式购物的消费需求，男生女生从服装单一品类拓展到全品类、全年龄段的产品。”更重要的是，在做全品类产品开发的同时，品牌通过设计元素打造系列，并结合潮流美学搭配呈现给消费者，这也使得客户黏性和复购率得到了极大的提升。

终端品牌关注的重点，便是上游企业努力的方向。这些年，鸿翰纺织科技有限公司将不少精力投入到产品功能性上。“我们把精力投向化纤衬衫的开发，通过弹力面料的结合，将尼龙与氨纶完美融合，让衬衫兼具弹力与垂感。”鸿翰纺织科技有限公司总经理施志雄告诉记者，该款产品深受Boss、Zara等品牌的认可，是企业的明星产品，已经爆单。

从原料到成衣，体现的是消费终端的提档升级。

走进向兴(中国)集团展区，只见一台持续喷射水珠的设备中，一块面料始终保持干爽。向兴研发总监杜国海介绍，这是向兴“衡动呼吸”全能透气防雨系列产品，相比

PU覆膜面料，该系列产品所运用的乐透面料采用主动透气膜，透气性优越，可有效维持在一定干爽舒适区间。在向兴，这样的“创新黑科技”还有不少，如火山岩热感系列、持久抗静电系列、持久凉感抗UV100+等。

联邦三禾(福建)股份有限公司旗下子公司太极石股份有限公司的展位上，保暖、凉爽、环保、能量、健康、科技等六大新品纤维同步首发。展会期间，太极石还将发布全新纤维科技“太极石焕能科技”及“远红外+”新功能。



## 链接数字 重塑产业优势

不只是流行与设计趋势，在展会现场，智能制造技术令观众接连赞叹。今年“链接未来”展区全面升级为“数字时尚科技展”，内容涵盖3D设计、智能制造、数字化营销、SaaS平台、AI应用、数字孪生、智慧零售等，营造出科幻电影般的体验。

展区内，高清大屏上直观呈现着数字科技与时尚产业的跨界融合。DPI SPACE人工智能图案设计平台带来的先进生成式人工智能技术，可根据最新流行趋势预测模型，快速原创面料纹样。在展会现场，DPI SPACE与设计师、纺织企业联合创作的裙子、衬衫、丝巾等产品以亮丽的色彩、时尚的花形强势吸睛。

数字时尚也带来了技术需求。5G、元宇宙、虚拟时尚等需要实时交互、海量算力的数字世界必须有超强承载能力、安全稳定的服务器，深圳云天畅想信息科技有限公司的GPU云工作站正是为此而生。GPU云工作站能够兼容市面上主流的大型设计软件，智能弹性调度云端算力资源，让用户方便、快捷获得超高清、低时延的高性能云服务，支持虚拟时尚、数字元宇宙等高算力消耗场景，为服装设计、图形设计等应用提供了实时、稳定、安全的云端设计工作站服务。

在全产业链数字化技术应用方面，百度智能云打造了“云智一体”综合性平台，贯穿设计、研发、生产、供应链管理、销售等制造活动各个环节，囊括了数字设计平台、数字运营平台、智能质检平台以及元宇宙营销平台。依托百度强大的互联网基础和领先的全栈人工智能技术，系列平台能够从快速形成服装样品、跟踪分析制造过程全生命周期、全产品细粒度质量检测、打造虚拟主播产品IP等多个维度，赋能纺织服装企业提质降本增效。

借助供应链全网络的一体化计划开发和数字化网络建设等核心产品，上海不工软件有限公司为纺织企业提供软件+SaaS服务，成功解决了一物一码、一码到底、海量数据秒级计算、生产任务精确安排、产能产量透明化等困扰纺织行业的核心问题。目前，不工软件已助力多家纺织企业实现解决方案的成功落地与优化生产计划、提高订单交付率、降低生产成本、减少库存积压、快速反应能力和生产管理智能标准化等数字化转型升级目标。

中纺标检验认证股份有限公司总经理李斌认为，企业数字化转型是全流程的，涉及研发营销、检测、财务、运营等各领域转型，而未实现的任何一个节点或部门都将成为整体数字化转型的瓶颈。为此，中纺标近年来逐步完成了自己业务范围内的数字化转型，并由此逐渐向上延伸为行业做数字化配套服务，最终实现人员在线、测试仪器在线和服务流程在线。

中国纺织信息中心产品开发部副主任马磊表示，数智驱动下行业赋能、赋值、赋智作用日益凸显。中国纺织行业作为全球规模最大、产业链最完整的产业，智能制造优势明显，加强数字技术在纺织服装企业的深入应用，对重塑智造竞争优势、创造巨大价值空间具有重要意义。

