

从“卖坯布”到“创面料” 盛泽纺织以创新链接消费新市场



品展位,前来视察的中国纺织工业联合会领导与媒体记者相继驻足。产品总监张春明拿起一条凉感速干毛巾,半杯水浇下去,水珠瞬间被吸收,毛巾表面却不见湿。

“秘诀藏在纤维里。”他说,“纱线截面做成橘子形,上面的小孔像毛细水管一样,水能快速分散进去。这是纤维自带的特性,洗很多次都不会失效。”

这条毛巾的细度,只有头发丝直径的1%;无需冷藏,清水浸润就能激活冷却因子,被

本报记者 汪宏胜 □ 忽艳 邓婧

10月11日,第十五届江苏(盛泽)纺织博览会拉开帷幕,恰逢中国东方丝绸市场成立40周年。在这片素有“日出万匹、衣被天下”之称的丝绸名镇,一场围绕“一块布”的转型正在提速——越来越多的盛泽纺织企业,不再满足于把坯布论米往外卖,而是把创新做进纤维、做进面料、做进品牌,让“一块布”卖出更高的价值。

作为全国重要的纺织品交易中心、价格形成中心和信息发布中心,东方丝绸市场见证着盛泽从织造重镇向“创面料、做价值”转身。向上做纤维新材料,中间做功能面料,向下打通品牌终端,一条新链路正在这里铺开。

把“一根丝”做出新文章

京奕集团的车间里,400多台涡流纺纱机正有序运转,纱线像水流一样奔涌而下,车间里却几乎看不到人影。

“这是我们的‘黑灯工厂’。”京奕集团办公室主任冷朱君指着一条高速运转的生产线说,“从建厂第一天起,我们就坚持能用系统完成的尽量少用人。你看这条线,每分钟能纺550米,是传统纺纱机的20多倍;每万锭用工只要9个人,大约是行业平均水平的三成。”

对京奕而言,效率只是底色。这家专注可降解再生纤维和绿色环保新材料的智能化纺纱企业,2012年果断押注涡流纺这条新赛道,如今已是喷气涡流纺领域的标杆,产品覆盖高支纯粘胶纱、色纺麻灰系列、竹节纱以及再生可降解功能性纱线。其中,喷气涡流纺竹节纱被鉴定为国际领先,已形成年产9600吨的能力。

“我们卖的不只是纱线产品,更是绿色供应链解决方案。”冷朱君说,“GRS再生认证、OEKO-TEX等权威资质,为下游品牌筑牢ESG合规根基,成

为开拓海外市场的绿色通行证。采购我们的再生可降解功能性纱线,客户便能轻松跨过环保门槛,抢占全球绿色订单。”

负碳面料给地球“减负”

如果说京奕在源头做纤维,吴江福华织造有限公司则把创新写进了面料本身。

福华科技的研发室里,科技研发处总经理肖燕拿起一块成衣递过来:“你扫一下上面的码,就能看到这块布在生产中用了多少碳,减了多少碳。”

这正是福华主打的负碳面料,奥秘在原料——生产环节有一部分材料来自回收的二氧化碳尾气,经化学法加工成切片,再纺成纱、织成布。以1000吨纱线计算,可消耗约364公斤二氧化碳;同等规格下,比普通纱线减少约23%的碳排放。

“从原料进厂到成品的每一个环节,水、电、汽用了多少、产碳多少,都被精确记录下来。”肖燕说,这背后是全流程的碳足迹测算与认证。

让这块“绿色”面料真正走向欧洲市场的,是另一张“通行证”。福华成为国内行业第一家取得DPP数字产品护照的面料企业。这一由欧盟推动的数字认证体系,将于2027年至2028年强制推行,消费者通过面料上的二维码,即可追溯产品从纱线到成品的全部信息。

据了解,福华专注面料研发与生产,只做面料、不做服装,目前内销80%,外销20%,每年的研发费用约占销售总额的4%。除了负碳面料,其石墨面料早在2019—2020年便已投放市场,尼龙产品具备从7D到2000D的全系列生产能力。

把功能织进“一块布” 向新场景要市场

在本届纺博会上,罗曼罗兰运动用

张春明比作“随身携带的移动空调”。而让现场关注的,是一款名为“智慧斗篷”的产品——这是罗曼罗兰为悦水运动“踏浪”主题研发的多功能防护斗篷:98克的极致轻盈,折叠后仅手掌大小,集瞬间干爽、抗菌防护、UPF50+防晒、纳米级防污于一体,游泳馆、海滩、游艇三大场景一篷搞定。

“这款斗篷主要应用于游泳馆、冲浪等场景,是市面上不常见的创新产品品类。”张春明向记者介绍。斗篷采用轻量便携设计,宽松百搭,可作泳后披巾、沙滩防晒披风,也可作水上运动后的保暖外搭。借着本届纺博会恰逢东方丝绸市场成立40周年的契机,罗曼罗兰还将这款斗篷的工艺延续到周年纪念场景,推出“丝韵东方”40周年纪

念产品,为市场40周年献上一份兼具功能价值与纪念意义的礼赠之作。

作为罗曼罗兰集团旗下专注功能时尚运动休闲纺织成品的品牌板块,罗曼罗兰运动用品定位“悦水运动休闲纺织品领域的全产业链研发型供应商”,以“科技+创意+环保”为驱动,聚焦ToB ODM,为国内外知名品牌提供从面料研发到成品交付的一站式服务。在它的展台上,同属集团的立新纺织科研公司还带来一款“曼初丝”环保面料——原料来自报废汽车轮胎的回收再利用,经热解与化学回收工艺,耐磨性极强,制成的户外登山裤防刮防冲击,让废旧轮胎成了高端运动户外的“新宠”。

从一块好面料开始,把功能做进纤维、把创新做进场景——这是罗曼罗兰给出的面料创新答案。

从一根纱到一件衣 让创新穿在身上

面料创新的最终落脚点,是让消费者把它穿在身上。苏州帝人新材料科技有限公司董事长陆志云的路径,是从“卖布”一路走到“卖衣服”。

这家深耕纺织近30年的企业,2021年响应“产业更新”号召,将老厂落后设备整体处置,腾出空间建起约7万平方米的科创园,产能较原址扩大3倍。转型的起点,是一张电热毯——企业引进机器人自动化生产线,40秒就能产出一张,实现从卖布到卖终端产品的跨越。

“我们产品真正的‘王牌’,是纳米纺丝膜。”陆志云向记者演示了纳米纺丝膜的神奇,他将膜夹在两个杯子中间,向上面没底的杯子注入清水,下面杯子一滴水都没有。

据介绍,纳米纺丝膜一平方米仅重8克,丝径比头发丝细1000倍,解决了

“防风防水又透气”这对矛盾——水分子进不去,空气分子却能自由排出。基于这项技术,企业已开发出保暖衬衫、商务夹克、冲锋衣等多系列产品,迭代至第四代。“把膜做进衣服里,可以机洗速干、免烫防皱,保暖又透气。”他接着道出企业的信条——“科技向善,好物不贵;用最前沿的材料赋能传统纺织品,让消费者花最少的钱,穿最舒服的衣服。”

从外贸转内销、从线下转线上,帝人还自建电商,一度冲到行业“小众产品”细分领域全国第八名,并推出户外品牌“星辰企鹅”。陆志云的计划,是先在盛泽、苏州打磨出旗舰店与“平替店”模式,再一步步走向全国。

“做品牌要稳扎稳打,先打磨产品再面向市场。”陆志云说,“先说服身边人,再说服更多人,从盛泽起步,一步步走向全国乃至世界。”

一块布背后的产业底座

这四家企业的故事,不是孤例。在盛泽,围绕“一块布”的创新,从来不是一家企业的单打独斗。

回望来路,路径清晰可见:早年间借着改革开放和东方丝绸市场的兴起,盛泽家家户户搞织造,坯布产量大、出货快,却也同质化严重、附加值低;2010年前后,企业开始更新织机、做后整理加工,不再只卖白坯布;最近十几年,原材料涨价,外贸订单要求提高、国内消费升级,倒逼企业向创新价值转型。这条路,是“市场倒逼+政策引导+企业主动求变”共同走出来的。

要让企业“想创新、敢创新、能创新”,盛泽在“搭台子”上下了功夫。依托国家先进功能纤维创新中心这一“国字号”平台,当地建设了十大重点实验室、九大协同创新公共服务平台,

构建起“概念验证—中试熟化—规模发展”的全链条服务生态,打通从纤维新材料到织造、染整再到终端面料的链条,让再生纤维、生物基纤维、功能纤维的新技术在这里中试,快速变成市场上能卖的面料。同时联合苏州大学、江南大学等高校院所开展产学研合作,帮企业夯实研发底子。

创新做出来了,还要对接上市场。盛泽坚持“引进来、走出去”双向发力,抱团参加上海展、深圳展、广交会以及法国、德国、俄罗斯等地展会,常态化举办“盛泽面料万里行”“千客万商进盛泽”对接活动,帮企业精准捕捉终端流行风向。市场现有19家公共服务平台,覆盖品牌培育、质量检测、数字化转型等,中小商户也能用上公共资源。

品牌端同样在发力。全新升级的“盛泽织造”区域品牌,形成“话东方、新通勤、可持续、现未来”四大主题,组建专家团队为百家重点企业提供品牌培育服务;2025年,“盛泽织造”入选首批中国消费名品名单,成为苏州市唯一上榜的区域品牌。从设计师工作室到长三角时尚产业创新学院,一条“人才培育、技术赋能、产业服务”的闭环正在成形。

从纤维新材料,到功能面料,再到品牌终端,京奕、福华、罗曼罗兰、帝人四家企业,恰好勾勒出这条转型链路的四个环节。而东方丝绸市场,仍在其中扮演着“双向驱动”的角色——它及时掌握需求侧的信息,从热销产品和最新技艺的演进中窥探行业风向,再反馈给供给侧,引导企业调整产品、开展创新。

当消费者不再只问布料牢不牢,而要抑菌、凉感、保暖、环保、可溯源时,盛泽纺织已经从“卖坯布”的旧赛道,走向了“创面料、做价值”的新市场。



本报讯(记者 陈思羽)10月15日,为贯彻落实“用好这里的资源,传承好红色基因,把淮海战役革命精神发扬光大”的殷切嘱托,接续深化中国关工委“青少年党史学习月”工作部署,推动淮海战役红色教育向常态化、体系化、全域化迈进,由徐州市关工委、市教育局、淮塔管理中心联合主办的“丰碑铸魂 薪火润校”淮海战役红色文化校园宣讲启动仪式在淮海战役纪念馆举行。

切感悟伟大的淮海战役革命精神。由淮塔管理中心培育的“淮海小勇士”志愿讲解员现场进行红色故事宣讲,生动的讲述获得在场领导的一致肯定。

仪式上,市委副书记、市委宣传部长刘伟致辞,强调淮海战役红色文化校园宣讲活动,为徐州红色教育资源转化开辟了新路径,也为深化青少年思想教育注入了新活力,要以此次活动为新的起点,用好红色资源,把故

事讲话,深耕思政阵地,让红色基因在彭城大地代代相传、生生不息。

淮塔管理中心主任贾萍作为主办单位代表,全面介绍淮海战役红色教育在馆校共建、红色宣讲、思政育人等领域的推进情况与实践成果,表示将依托宣讲队伍和宣讲包,持续推动红色资源转化为优质思政教育内容。

活动现场,宣讲节目展演感染力十足。紧扣红军长征胜利90周年主题,开国上将陈士榘之子、红色文化宣讲专家陈人康深情讲述《巧借敌旗 智取定番城》,再现长征途中的智慧与勇毅;徐州市小海燕艺术团情景演绎小萝卜头、地下党员、十人桥等红色故事;淮海战役纪念馆讲解员殷小涵,讲述馆藏文物《一根小竹竿》背后军民同心的动人往事,带领现场观众重回烽火岁月。随后,“淮塔小卫士”发起人李世明介绍“淮塔小卫士”品牌培育历程,“淮塔小卫士”代表朗诵《丰碑下的誓言》,充分展现新时代好少年传承红色薪火的使命担当。

淮海战役红色文化校园宣讲活动正式启动

活动发布为学校量身定制的“淮海战役红色文化宣讲包”,包里有历史知识挂图、故事集、主题班会样板,既是素材库,也是示范课。通过宣讲队进校园宣讲和学校自主宣讲的结合,让淮海战役红色文化更灵动、更鲜活、更广泛、更深入地传播。

顾秀莲指出,要充分发挥淮海战役红色资源优势,依托党史国史教育基地平台,推动红色宣讲走进校园,让红色基因代代相传。现场领导共同按下启动柱,标志本次校园红色宣讲活动正式启动。

近年来,淮塔管理中心主动对接校园思政育人需求,持续开发适配大中小学的思政课程,培育“淮海小勇士”志愿讲解员,推行馆校协同、双师同堂,推动红色课程常驻校园。下一步,中心将持续深耕优质思政课程体系建设,建强专业讲解员、“五老”宣讲员、老师、学生志愿者的宣讲队伍,推动宣讲活动从徐州走向淮海战场各大城市、走向全国,着力打造全国红色文化进校园示范样板。

