

要闻链接

·行业动态·

**“纺织之光”2018年度中国纺织工业
联合会科学技术奖评审结果出炉**

2018年8月15~17日,“纺织之光”2018年度中国纺织工业联合会科学技术奖评审会在武汉召开,本次会议由中国纺织工业联合会科学技术奖励办公室组织。中国纺织工业联合会科技发展部主任彭燕丽、纺织之光科技教育基金会常务副理事长叶志民出席了会议,中国工程院院士孙晋良、蒋土成、俞建勇等来自全国高等院校、科研院所、企业和行业协会的48名专家参加了评审会。

本年度纺织科技奖共受理申报项目184项,经网络初评、会议复评,评审委员会建议“纺织之光”2018年度中国纺织工业联合会科学技术奖授奖项目共116项,其中一等奖16项、二等奖48项、三等奖52项。

公平、公正、科学一直是纺织科技奖坚持的原则。为进一步优化评审办法和评审程序,提高评审工作效率,今年纺织科技奖在评审方式上延续网络评审环节,先后有80多名专家参与了评审工作。评审工作分为纺织组、化纤产业用组、染整组、机械自动化、标准软科学组5个大组、9个小组进行。每个专业小组的专家在会前都认真审阅了本小组的项目申报材料,使得会议复评讨论更加充分,建议授予一等奖的项目全部进行了现场答辩。纺织之光科技教育基金会主席团代表受邀全程旁听了评审会。

中国纺织工业联合会科学技术奖旨在奖励在全国纺织行业基础研究、技术创新、科技成果推广及产业化等方面做出突出贡献的单位或个人,科学技术奖设一等奖、二等奖和三等奖3个奖项。中纺联将为获奖项目颁发奖励证书,并从获得一等奖的项目中择优推荐国家科学技术奖;纺织之光科技教育基金会将为获得2018年度中国纺织工业联合会科学技术奖一等奖和二等奖的项目完成单位颁发奖金。(中国纺织)

东方国际集团创新转型“再出发”

“三枪”“海螺”“钟牌414”,这些在国内市场享有盛誉的老品牌,都出自于东方国际集团麾下。2017年8月31日,具有150年历史的上海纺织集团和近70年外贸历史的原东方国际集团联合重组,成立东方国际(集团)有限公司。这个肩负着“全球布局、跨国经营”使命的新集团,将在创新转型的推进过程中,如何

引领传统产业转型升级?8月22日,东方国际(集团)有限公司党委副书记、总裁朱勇来到2018“对话上海国企领导”全媒体大型访谈现场,畅谈新集团在践行国资国企改革中收获的经验。

推进渠道新模式 打造打响“上海购物”品牌

东方国际集团拥有在国内市场享有盛誉的“三枪”“菊花”“海螺”“民光”“凤凰”等知名老品牌。在世界品牌实验室公布的2017年中国最具价值品牌排行榜中,“三枪”与“海螺”的品牌价值分别为49.1亿元人民币和47.5亿元人民币。“通过新开、翻新、扩改,三枪生活馆新模式店规模已达到936家,结合三枪生活馆建设,海螺与民光也跟随三枪生活馆的业务拓展,覆盖到了全国各主要省市。”朱勇说。

朱勇介绍,集团掌控着由8000多个营销网点组成的庞大内销网络,产品遍布国内中高档百货商场、专卖店及超市连锁,内衣营销网络被摩根斯坦利评估为“中国内衣市场最完善的营销渠道”。“在品牌并购方面,我们积极寻找与各品牌现有业务相关联的战略合作项目,推进品牌收购兼并,收购了女子内衣品牌“百利安”,进一步丰富了三枪内衣品牌群。”朱勇告诉记者。

除了以上这些老品牌,东方国际集团还推陈出新了PROLIVON、衣架、Lily等一批新品牌,受到年轻顾客欢迎。目前,PROLIVON门店总数已达到35家,终端分布区域也从上海、江苏、山东等区域拓展到重庆等中西部区域。衣架品牌成功抢占国内轻奢中淑装市场,目前店铺数累计达86家,门店遍布一二线重点购物中心。

以进口博览会为契机 打响“上海服务”品牌

据朱勇介绍,在进口博览局和市商务委的指导下,集团举全集团之力对接、服务进博会,成为进博会官方授权的招商合作伙伴和综合贸易服务商,“集团已向进博局推荐签约净面积7735m²(展位面积约17100m²),签约客户105家,推荐27个国家和地区的签约客户105家(包括医科达、联合利华、富士康、美国UL等10家世界500强和行业龙头)。”

朱勇还透露,集团已与黄浦、长宁等区签署战略合作协议,与中行、建行等金融机构建立了战略合作关系。集团下属2家位于市中心的企业被认定为“6天+365天”进口商品交易平台。集团在元中大厦建设的东方国际进口商品国别展销中心投入试运营。2018年,集团给自己定了一个“小目标”:“进口增量确保20%,力争40%;进口绝对额确保30亿美元,力争35亿美元。”

东方国际集团拥有水陆空多领域、多行业的经营

资质,构建了覆盖全国多个区域的物流业务渠道网络布局。朱勇介绍:“由集团牵头筹备‘综合贸易服务商联盟’,整合贸易、物流、金融等行业龙头企业资源,制定报关、报检、物流、搭建、贸易对接、商旅服务等‘一站式’服务方案,为进博会的展商、采购商提供全方位、多角度的服务。”

以文博文创为抓手 打响“上海文化”品牌

由东方国际集团承办的“上海时装周”经过15年运作,已经跻身世界五大时装周行列,成为了上海的一张名片。近年来,上海时装周分别与米兰、巴黎、伦敦、东京等时装周签订了战略合作协议,并与纽约时装周建立了联系。据统计,上海时装周每年两季发布作品达到200场,参与活动总人数超过20万人次,150家国内外媒体宣传时装周,辐射面达3亿人群,吸引了国际买手、时尚经纪人、国际知名设计师、国际时尚媒体关注,扩大了国际影响力,形成了新的发展资源。

在发挥文化创意产业先发优势的同时,东方国际集团也在加快成为中国最具影响力的时尚产业综合配套服务商,提升时尚园区内涵,搭建文化创意产业公共服务平台。集团已经打造了一系列城市时尚地标,已建成M50、尚街Loft、上海国际时尚中心等60多个时尚创意园区,总面积180万m²,园区建设和体量达到全国第一。朱勇透露,“未来三年,集团将进一步打造时尚园区创新模式,建成一批新的知名时尚产业集聚地,实现园区4.0升级发展。”

通过输出M50文创园区的运作模式,东方国际集团在绍兴打造了“水街壹号”文创园,使文创产业走出上海,时尚文化生活理念辐射至长三角,得到当地政府、社区的高度好评。

“改革开放再出发新征程上铸品牌——2018对话上海国企领导”全媒体大型访谈由上海市国资委党委、上海市国资委指导,新华社中国经济信息社、新华社每日电讯、新华网、东方广播中心联合主办,新华社客户端、中国金融信息网、金融世界、第一财经、东方网提供媒体支持。月星集团全程支持。(东方网)

·会展信息·

2018中国国际纺织机械展览会 暨ITMA亚洲展观众邀请之走进印度

2018年6月23~7月1日,中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会主办方派专人赴印度进行了为期八天的路演推介活动。此次路演活动主要集中在Tirupur、Coimbatore、Surat、Panipat及Ludhiana等印度有代表性的纺织地区,共邀请当地相关商协会代表以

及纺织企业业主300余人参加。

连续几届展会中,纺机展主办方多次前往印度进行展会相关推广活动,并取得了明显的成效。近五届纺机展印度观众数量均排名第一,占当届海外观众总体数量的百分比均保持在20%左右。

印度纺织产业的发展速度迅猛,其纺织行业对该国工业生产总值的贡献率已达14%。2017年我国对印度纺织机械出口额为6.79亿美元,进口额为4815.73万美元,基本呈现逐年稳步上升趋势。目前,印度纺织服装行业是其国内重点扶持的行业之一,具有很大的就业和出口潜力。印度纺织行业吸纳就业超过3500万,对该国的就业贡献仅次于农业。预计到2020年,印度年均纺织行业产值将超过2200亿美元,世界纺织服装贸易份额占有率力争到2020年达到8%。

印度是继中国和美国之后的世界第三大产棉国,也是全球最大的黄麻生产国、第二大生丝生产国。是世界上第五大合成纤维生产国,原材料供应较为充足。目前印度的棉纺设备大多以印度LAKSHMI公司生产的设备为主,其次为特吕茨勒、立达等,设备机型较统一,设备先进,自动化程度高。

今年展会路演在Tirupur、Coimbatore、Surat、Panipat及Ludhiana五个城市开展,其中Surat属于印度西部古吉拉特邦港口城市。化纤领域比较发达,但目前处于受到工资上涨与劳工短缺困扰的状态;Tirupur、Coimbatore均属于印度南部地区,纺纱行业最为发达,但目前由于中国棉花政策改善,加之政府补贴力度不足,该区域行业运行遇到一定困难;Panipat、Ludhiana属于印度北部地区,针织与纺纱工业为当地重点行业,尤其是Ludhiana区域,对中国的针织机械设备十分青睐,推介会场面最为火爆。

针对印度纺织产业及企业当前的发展需求,展会主办方进行了有针对性的参展产品、技术等方面的介绍。参会代表对纺机展给予高度肯定,纷纷表示一定要到场参观学习,寻找适合企业自身的设备。

目前,展会主办方针对海内外专业买家的组织工作已经开始全面启动。在海外观众的邀请上,主办方不仅与全球50余家专业媒体合作,发布展会消息,投放大量宣传广告外,还同重要纺织生产国以及国内的专业协会和一些中介组织达成一致,这些专业协会及代理组织已经开始在当地启动专业买家的组织推介活动。目前,主办单位已陆续在印度、巴基斯坦、越南等纺织生产国开展观众推介活动。

有关展会详情,可登录展会官方网站www.citme.com.cn或www.itmaasia.com查询。

