

中国纤维流行趋势战略研究

陈向玲 王华平 王玉萍 刘青 靳高岭 戎中钰 王朝生

纺织化纤行业与人们的生活息息相关，从人们所穿的服装到家居装饰，再到污水、大气过滤，从建筑工地到航空航天，化纤纺织品的身影无处不在。纺织品演变历史也是纺织材料发展的历史，从石器时代的兽皮树叶到陶器时代的麻纤维，从青铜时代的丝织物到大工业时代的尼龙塑料，每一次新材料的发现和应用，无不体现了各个时代的文明进程和科技进步。纤维作为纺织品的原材料，其技术进步带给纺织品的创新不断满足服装、家用、产业用各领域的需求。

化纤新产品的开发能动摇和改变消费者固定化的传统习惯和常规，例如，在弹性纤维产生之前，消费者不得不忍受服饰面料松弛或紧绷缠裹的困扰。弹性纤维的产生掀起一场全新的穿衣革命，把原本厚重易松垂的泳衣变得轻薄贴身易透气。可以说化纤新产品是在常规产品和创新技术不断相互作用下，在调整“旧”与“新”的矛盾的过程中不断涌现的，开发者与消费者一方面习惯于现有的市场和体系，同时又受新技术、新趋势的支配，进行着常规产品的固定化和新产品的流动化，从而在不断流动的过程中产生了纤维流行趋势。

一、纤维流行趋势的概念

纤维流行趋势是在一定的时期，消费者以化纤产品的行业影响力、贡献度、技术创新点、价值模式、承载的社会责任和产品功能等要素为基本标准，普遍使用某种特定的具有共性的纤维制成的制品，来表达其生活行为、生活方式或观念意识所形成的社会现象。

纤维流行趋势包含了三个方面的含义：

（1）纤维流行是人们通过购买使用具有某种特性的纤维制成的制品，表达对某种生活方式及社会思潮的随从和追求，从而满足物质和精神方面的需求。

（2）纤维流行的形成是有相当数量的人同时购买使用具有某种特性的纤维制成的制品，并达成一定的规模，从而普及开来的某种现象。该流行不仅仅

意味着大量的人的集合，而且渗透到人们的日常生活中，成为人们日常生活中不可分割的一部分，表达该阶段人们的生活方式，构成大众精神生活的重要组成部分。

（3）纤维流行是发生在一定时期内的社会现象，与经济、科技、环境等因素密切相关，过了一定时间，具有某种特性的纤维便不再流行，取而代之的可能是强化了某种特性或融合了其他特性的纤维。

二、纤维流行趋势的特征

1. 时间特征性

表现在时间的变动性、运动性、周期性及节奏性上。流行本身具有动态的、暂时的、流变的属性，它只属于发生在当前时期的一种现象，过往的和未来发生的都不能称之为流行。没有一种流行现象是永恒不变的，在某个时间段所发生的流行现象，总是在一定时间内被人们追求、赞赏、推广和促进，然后在某一天被另一种新兴的事务所替代，从而形成新一波的流行^[3]。纤维流行趋势的发展与服装的流行有本质上的差别，服装流行一般经历萌芽期、发展期、流行期、衰退期及消逝期 5 个阶段，而纤维流行趋势主要以技术为坐标，从技术开发期开始，经历技术成熟期、技术推广期、大规模应用期以及新技术升级期五个基本阶段，没有衰退期与消逝期，取而代之的是在原有技术上的升级与优化，从而带动新一轮的流行。纤维流行的周期性比服装流行的周期更长，服装通常以季节为流行的时间分段，而纤维的技术与特点在保持行业领先的前提下具备持续流行的条件，通常来说将长于一个季度（图 1）。

2. 技术延伸性

纤维流行趋势最主要的特征是具有技术延伸性，以纤维技术及产品特点为基础，不同于服装、面料、色彩流行趋势，流行元素多，变化快，纤维流行趋势延续周期较长，产品形式简单，更多的是展现纤维的品质、科技内涵。例如，1958 年就发明了弹性纤维，但弹性纤维一直流行至今，如今的弹性纤维与早期的相比，品质已经发生了质的飞跃，在细度、耐老化性能、耐氯性能，柔软性等方面都有了较大的提升。

3. 多维度坐标

包含纤维制造行业内对其技术与产品的认可，下游品牌企业对纤维功能与品质的认可，最终消费者对其最终制品性能功能的认可。

4. 不可重现性

服装流行趋势具有循环式周期性的特点，在某一段时间流行的服装，被历史逐渐淘汰后，经过一段时间，其部分或大部分元素特征又会反复出现在当前的流行中。纤维流行趋势由于其具有技术延伸性，因此随着纤维技术的不断发展，流行纤维的技术指标将不断提升，以满足消费者越来越高的要求。如最初的凉感纤维，其瞬间凉感值 $\geq 0.18\text{J}/\text{cm}^2\cdot\text{sec}$ ，持续凉感：温度降低 $1\sim 2^{\circ}\text{C}$ ，通过不断的技术升级，现在的凉感纤维瞬间凉感值 $\geq 0.26\text{J}/\text{cm}^2\cdot\text{sec}$ ，持续凉感：温度降低 $3\sim 4^{\circ}\text{C}$ 。

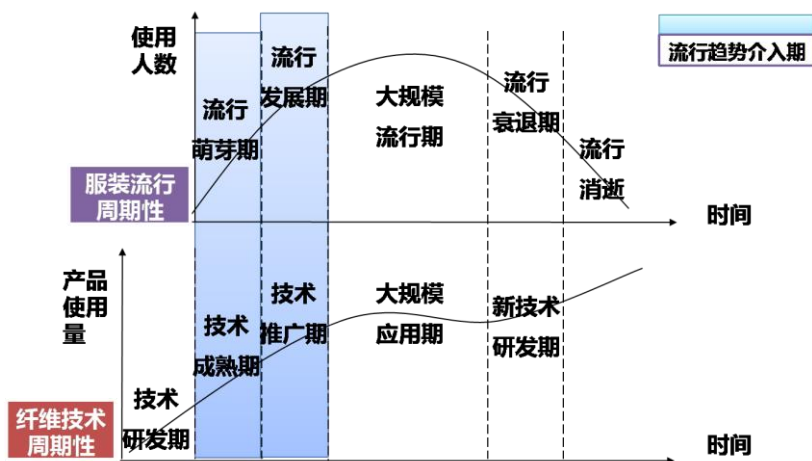


图1 服装及纤维流行趋势流行周期

Fig.1 The Clothing and Fiber Fashion Cycle

(服装流行周期的曲线通常是规则的波峰与波谷的交替；纤维流行周期的曲线则随着技术的不断更新表现为波浪状的持续性上升状态。)

三、纤维流行趋势的要素

服装流行趋势的要素主要包括：面料、辅料、色彩、款式、图案、搭配、结构和工艺等主观元素^[4]。纤维流行趋势的要素为定性元素，主要包括（1）技术先进性：与市场上开发同样产品的技术相比，处于领先地位；（2）产品差别化：与市场上同类产品相比，品质更优，性能更稳定，在下游客户中反映最好；（3）功能性指标：市场上同样的产品中，功能指标最佳，处于国内领先水

平；(4) 环保指标（绿色、低碳、节能）：产品开发过程中采用了节能减排措施，能耗物耗消耗最低，达到国际先进水平。纤维流行趋势所推荐的化纤产品品牌在技术成熟度，下游企业的接受度，消费者的认可度均达到了一定高度。纤维的流行元素不同于服装、面料、纱线和色彩的流行元素，它会在较长的时间里通过科技创新，拓展技术内涵，改善产品性能和生产方法不断的进行拓展和提升，对企业和消费者的意义不同。

四、纤维流行趋势的影响因素

1. 经济

作为纤维载体的服装，是社会经济水平和人类文明程度的重要标志。经济是社会生产力发展的必然产物，是政治的基础，是化纤、面料、服装流行消费的首要客观条件。社会经济与科技环境反映了一种生产关系，直接影响到化纤、面料、服装流行趋势与消费倾向。新的纤维品种、服装样式能否在社会上流行，需要社会具有大量提供该产品、服装样式的物质能力，还有人们需具备相应的经济能力。在不同时期的经济形势下，服装的设计呈现出不同的风格与流行趋势，对纤维也提出不同的要求，服装流行元素的发展和变化很大一部分原因归属于纤维技术的发展。

从 1978 年中国经济开始进行改革开放，之后中国经济持续高速发展达 30 年之久，让全世界瞩目。这 30 年中，中国经济增长成为世界第 3 大经济体。随着中国经济的逐渐发展，刺激了人们的消费欲望和购买能力，人们的消费也在悄然发生着变化，消费水平的增长使人们对纤维的品质和功能提出了更高的要求：各种功能纤维如抗菌纤维、负离子纤维、远红外纤维；舒感纤维：仿棉纤维、仿毛纤维、凉感纤维、保暖纤维等应运而生，满足消费者的日益增长的多样性需求。

2. 科技

纤维材料的发展和流行需要科技作为支撑，科学技术的发展促使纤维从原始的天然材料走向化学合成纤维材料，产量从小规模走向了大规模集成化。科学技术的发展使纤维从服用、家纺等领域发展到产业用、航空航天、交通运输等高科技领域。科学技术的发展促进了新材料开发和服装生产，化学纤维的发明和纺丝技术的进步极大丰富了人们的生活。纤维技术发明与进步造就了很多差异化程度高，多功能性、高性能的纤维，使人们的日常生活更加健康，如阻

燃纤维：无机阻燃粘胶短纤维、全消光阻燃聚酯长丝、有色阻燃聚酯长丝以及常压阳离子可染阻燃聚酯（PET）纤维等，保持永久的阻燃性能，在遭遇明火、电弧、熔融金属等危险时，可以最大限度保障人们的安全。

科学技术的发展，让化纤行业利用化纤科技的力量，解决中国制造的问题。如PM2.5工业防护纤维：间位芳纶短纤维、聚酰亚胺短纤维、高性能聚四氟乙烯纤维，具有耐高温、耐酸碱、耐腐蚀、耐水解、抗氧化、抗老化以及高强度等特性，用于高温过滤材料，有效减少氮氧化物、硫化物的排放，改善人们的生存环境，创造健康的呼吸空气。

3. 环境

环境主要包括自然环境和社会环境。自然环境条件是构成纤维及服装消费行为的客观条件。它包括了地形、地势、气候、环境等条件，这些条件都会在一定程度上影响消费行为。例如，在严寒和酷暑、干燥和湿润、凉爽和闷热的气候环境中，消费者对纤维的需求是不一样的。为了应对不同自然环境下消费者对纤维产品的不同需求，化纤企业推出了凉感纤维、保暖纤维、抗静电纤维、高亲水纤维、高透气导湿纤维等，从而引发了舒感纤维的潮流。

目前中国环境、资源问题日益突出，环境带来的不良影响越来越引起人们的关注。在该社会环境下，化纤企业推出了无染纤维、易染纤维：有色涤纶工业丝、原液着色腈纶短纤维、原液着色锦纶6纤维等，减少了废水的排放，降低了能耗，从源头上缓解了纺织品染色污染问题，引起了消费者的广发关注。

4. 文化

文化是相对于经济、政治而言的人类全部精神活动及其产品。既包括世界观、人生观、价值观等具有意识形态性质的部分，又包括自然科学和技术、语言和文字等非意识形态的部分。不同区域的文化生活各具特色。文化作为一种精神力量，能够在人们认识世界，改造世界的过程中转化物质力量，对社会产生影响，同时也可以对流行产生影响。

目前，资源的可循环使用及可持续发展已成为世界各国关注的重点，资源与环境压力成为制约我国发展的重大瓶颈。作为一名有社会责任感和使命感的公民，希望能为我国的可持续发展尽到一份力量。循环再生纤维的推出，实现了循环、低碳与高附加值的统一，传达了一种循环无限、生生不息理念，承载了一种文化和责任。其次，利用农林副产物，生活废弃物，如玉米秸秆、稻秆、

贝壳、蟹壳、虾壳，开发生物基的纤维，也是消费者关注的焦点。

5. 生活观念

个人的生活观念包括个人需求、生活方式和生活态度。生活观念会受经济、科技、环境、文化的综合影响。产品体现人的消费方式和生活理念，生活方式的不断变化促使人们对纤维的需求逐渐发生了变化，从最初的保暖御寒、到流行时尚、到功能保健，到现在的社会责任意识的觉醒。不同的生活空间对人们的穿衣打扮影响很大，为了生存和进行社会交际，必须使自己的穿着能适应特定的自然条件和社会环境。不同的人群有各自独特的社会心态，导致不同的生活态度，这种生活态度对服装流行的影响是巨大的，而且无处不在。人们对服装的造型、色彩、图案等元素的选择会有相应的变化。

在不同影响因素的作用下，轻薄、舒适、闪光、透明、花色、质感、复合、功能、绿色、保健等成为当下的流行元素。

经济、科技、文化、环境及生活方式在不同的方面影响消费者的消费习惯，也影响着纤维的发展。

五、纤维流行趋势的主要传播媒介

纤维流行趋势发布主要通过大众传媒，互联网，权威专家，专业展会及品牌与宣传机构全方位的对纤维流行趋势进行报道和解读，使纤维流行趋势深入人心，扩大纤维流行趋势的宣传面，增加纤维流行趋势的影响力。

纤维流行趋势的主要传播媒介分为以下几种：

1. 大众传媒：电视，报刊，杂志

《中国纺织报》、《纺织服装周刊》、《纺织科学研究》等行业主要刊物，《经济日报》、《工业报》等知名报刊都对纤维流行趋势进行专栏报道。电视媒体方面，中央电视台新闻频道新闻直通车节目对纤维流行趋势的发布活动进行了专题报导和采访，萧山电视台等产业集中的地方媒体也都通过新闻栏目进行宣传报导。

2. 互联网：博客，微博，专业网站

纤维流行趋势除通过官方网站及官方微博进行持续信息发布外，还专门制作了中国纤维流行趋势主题网站，对前期工作进程，预热宣传，发布现场以及后续推广等方面进行全方位的宣传。此外，中国纺织经济信息网等业内主流网站，以及搜狐、新浪、凤凰网、网易等知名网络媒体均有计划地通过视频、图

片及专栏的形式进行报道及后续传播。

3. 专家访谈

专访国家主管部门的相关领导以及化纤协会、针织行业协会、棉纺行业协会和产业用纺织品协会和服装协会相关负责人，从全产业链的角度共同围绕“流行纤维”访谈。

4. 专业展览会：纱线展，面料展，纤维展

借力 Intertextile 面料展、纱线展等大型展会平台，以“纤动世界、美丽中国”为主题打造有史以来最大的中国纤维馆，邀请入选纤维流行趋势的企业以特装的形式参展，打造中国纤维世界领先的整体形象，有效的与下游产业链相结合，取得最好的展示与宣传效果。

5. 时尚新颖的推广模式：手册，发布会，对接会，创意秀，舞台秀

发布《中国纤维流行趋势报告》中英版手册，制作纤维流行趋势发布视频。召开中国纤维创意空间大赛与中国纤维创意时尚汇，通过创意作品的展示，知名服装设计师作品 T 台秀，使纤维在全新的包装形式下呈现在大众面前，让人们了解到纤维也可以时尚、也可以流行。

6. 企业观察

对前两年入围流行纤维的企业问卷调查情况，结合记者采访，编写关于中国流行纤维发布活动对于促进化纤企业的市场拓展和品牌树立所起到的积极作用。其次，从内衣、户外服装、功能服装、产业用等不同的细分领域，采访企业负责人、设计师，了解下游企业对纤维的需求以及他们对于中国流行纤维发布的关注度。

六、结语

中国纤维流行趋势能够衔接上游纤维科技与下游的设计制造，通过系统科学地评价并推广新型纤维材料，完成与下游纺织品设计生产的无缝对接，推动纺织科技与时尚的互动，进而推动纺织产业链整体价值的提升。

中国纤维流行趋势能将纤维推向舞台，推到消费者的面前，让相对专业的名称和流行时尚的趋势结合，把国内最新、最前沿、差异化程度高、市场接受度好、国际领先的化纤新产品推荐给下游企业，介绍给终端消费者，一方面推进产业链协同创新、技术进步和品牌建设，同时也推动生态、环保、时尚、功能、科技纺织品的发展，延伸产业链的优势，最终实现化纤纺织产业链共赢。