

一条毛巾的品牌突围

河北高阳纺织年产值超850亿元

■中国城市报记者 巩静

走进河北宏润新型面料有限公司的纺纱车间,清花、梳棉、并条、粗纱、细纱等工序在自动化设备上有序衔接。高速运转的细纱机将棉条抽长拉细,制成均匀光洁的纱线,再卷绕成筒,准备进入下一道织造工序。

河北省保定市高阳县纺织历史悠久,素有“桂林山上无杂木,高阳花布四季新”的美誉,400多年来,“机杼声”从未停歇。作为“中国纺织之乡”,这里已形成国家级中小企业特色产业集群。全县4200余家纺织企业年产毛巾约50亿条,相当于全国每生产3条毛巾,便有1条出自高阳县。近年来,高阳纺织产业依托智能制造、文化赋能和集群发展,实现了从“千家万户织白布”到“全域协同创优品”的跨越。

传承技艺 融入市场

在高阳棉花图纺织博物馆,一架斑驳的老式木制织布机静立一角。河北省非物质文化遗产“高阳民间染织技艺”代表性传承人、高阳棉花图纺织博物馆馆长段惠伸手轻抚木质机轴,讲述起高阳纺织的发展

历史:“高阳纺织起源于明代,清代《棉花图》详细描绘了这里的纺织图景。过去,家家户户院内织机声声,织出的土布销往四方;如今,机器换了、原料变了,但精益求精的织造底色从未改变。”

传统技艺如何走进大众消费市场?这是段惠多年来持续探索的方向。她带领团队将草木染技艺与毛巾产品结合,开发昆曲主题文创毛巾,产品印制《牡丹亭》《红楼梦》人物纹样,扫码即可聆听戏曲选段,“会讲故事的毛巾”广受市场欢迎。除戏曲类文创外,团队还打造多款趣味生活化文创单品。段惠拿出一款“不蕉绿”文创擦手巾,绿色芭蕉叶图案清新软萌,借着谐音藏着拒绝焦虑的小心思,深受消费者喜爱。

段惠介绍,棉花图纺织博物馆常年对外开放,并开设染织技艺实践课,仅今年7月就承接了20余场活动,为公众提供了可近距离感受纺织文化的渠道。深厚的纺织产业积淀,培育了一批世代从事纺织的企业。河北柏立信家纺股份有限公司负责人刘珈岐是纺织家族第四代传承人,从祖辈手工织布到父辈规模化建厂,再到如今推进数智化转型,他深刻认

识到传统行业需创新思维。

“老祖宗传下来的不只是织布手艺,还有顺势而变的韧性。”刘珈岐坦言。

在河北柏立信家纺股份有限公司的智能化织造车间,高速运转的电子提花织机有序作业,瑕疵品率被控制在极低水平。公司行政主管杨孟古向中国城市报记者介绍:“我们针对每个国家客户要求不同,设计出不同风格、不同尺寸的毛巾,凭借过硬的质量及严格的品控,获得了市场良好口碑长期稳定的客户群体。”

遍布县域的纺织专业村里,老一辈工匠把控面料手感、吸水度等核心品质标准,新生代设计师则紧盯消费潮流,持续推出婴童毛巾、运动功能巾、轻奢礼盒等新产品。传统工艺与现代设备并存,历史积淀转化为产业竞争力,为高阳纺织赢得更广阔的市场空间。

共享智造 集群转型

“工作人员扫描车间流程卡右上方的二维码,动动手指就能完成本职工作信息同步,方便其他人员掌握这批货物的加工进度,同时也能避免加工环节出现丢件。”河北圣翔纺织

科技有限公司生产负责人许海生向中国城市报记者表示,依托圣翔印染智慧管理平台,员工与客户可实时跟踪订单,精简了沟通流程,让交货周期从4天缩短至3天。

总投资14.25亿元的共享智造·生态印染产业园,是高阳纺织产业转型的关键载体。园区推行产能集中整合、污水集中处理、能源集中利用、要素集中供给、数据集中管理“五个集中”模式,推动印染企业统一入园。河北圣翔纺织科技有限公司作为园区内首批入园的省级共享工厂,打造开放式共享染整车间、共享实验室。

“我们的设备、技术、研发成果全部开放共享给县域纺织企业。”许海生介绍,实验室配备3万余种色样,可为企业提供原料检测、配色打样服务。过去公司使用大型设备打样单次成本数千元,如今小型打样缸投入使用,试样成本大幅压缩。公司联合研发的长效纳米铜抗菌工艺,无偿向全县纺织企业开放,推动了高阳抗菌家纺整体竞争力提升。

设备共享、技术共享、设计共享、检测共享,一套“共享生态”正在高阳县形成。河北柏立信家纺股份有限公司引进高端进口织机,创新推行分时租赁、按件计费模式,县域数十家小微企业共享高端织造设备。各类资源协同联动、集约高效发展,这套现代化产业集群发展模式,为高阳纺织产业发展注入强劲动力。

品牌远航 价值输出

“很长一段时间,高阳的优质纺织产品没有自主品牌。”高阳县纺织产业从业者普遍拥有这样的共识。尽快改变长期代工局面,努力实现从“制造”到“创造”、从“卖产品”到“塑品

牌”的转变,成为高阳纺织持续发力的方向。

县域公共品牌“高阳优品”应运而生,成为撬动产业升级的重要抓手。通过统一品质标准、品牌标识、对外推介,筛选优质企业产品纳入品牌体系,“高阳毛巾”被工业和信息化部评为首批中国消费名品区域品牌,并多次亮相进博会、廊洽会等重大展会。

线下,3000平方米“巾巾乐道选品中心”、商文旅融合形象店对外开放,融合产品展销、非遗体验、商贸服务;线上,搭建全域电商矩阵,淘宝村、直播基地遍地开花,上万家网店让高阳家纺直达全国消费者。

一批本土企业同步开启自主品牌与国际化布局。在河北柏立信家纺股份有限公司的展厅里,一张世界地图清晰标注着全球客户分布,Balix、朵柔、SE等出口品牌均为旗下主力品牌。

河北永亮纺织品有限公司在纺织文化产品开发方面持续深耕。自2012年以来,公司先后推出“直隶巾礼·汉麻织锦”系列、“福文化系列毛巾”“十二生肖个性系列毛巾”等产品,其中“直隶巾礼·汉麻织锦”系列为文化创意纺织品,以直隶历史文化为表现内容,被评为“直隶新八珍”“保定旅游推荐纪念品”。汉麻织锦《保定古靴城图》被保定市委、市政府作为国礼赠送外宾,并在多个外交场合重点推介。

高阳县还依托纺织博物馆、非遗研学基地,打造纺织特色工业旅游线路和“柔软集市”等特色消费场景,推动商贸与文旅深度融合。

2025年,河北高阳现代纺织产业产值达852亿元,产品远销全球100多个国家和地区。从贴牌代工到品牌出海,高阳纺织实现了产品与文化影响力的双重输出。



位于河北省保定市高阳县的圣翔纺织科技有限公司络筒生产车间内,工作人员正在完成成品打轴工作。
杨 弥 摄

成都都市圈发布专属注册商标

■中国城市报记者 巩静

7月27日,四川省成德眉资同城化发展迎来六周年。当天,成都都市圈发布了全国首个都市圈商标。该商标通过国家知识产权局审批,覆盖13个国标商标类别,实现多领域合规保护,为区域协同发展筑牢品牌根基。

数据显示,2025年,成都

都市圈地区生产总值突破3.13万亿元,经济体量稳居中西部都市圈前列。统一品牌IP的落地,标志着成都、德阳、眉山、资阳四地协同发展,由行政层面的联动协作,迈向品牌层面的深度一体化,为我国都市圈品牌规范化建设树立先行样板。

成都都市圈品牌LOGO设计扎根中华优秀传统文化,融合“四市心、中国结、螺旋升”设

计理念。它形似立交桥,中间巧妙融合了成德眉资四字首字母“CDMZ”,寓意四市互联互通;又如中国结,象征四市同心协力;更由两个无限符号“∞”交叉而成,预示着合作的潜力没有上限。

根据规划,商标首批授权覆盖6大领域,是对6年来同城化成果的一次“品牌化验收”。在基础设施领域,依托市域铁

路、跨市公交等构建轨道上的都市圈。在产业领域,9条重点产业链产值突破1.2万亿元,21个国家级产业集群在此共育,四市同行组团招商。在科技与金融领域,搭建跨域对接机制,压缩贷款办理时长,让金融“活水”在都市圈内自由流淌。在乡村振兴和论坛展会领域,搭建统一农村产权交易市场,23个专项合作组细化

城乡协同治理,推动全域跨界深度融合。

从全国看,长三角、粤港澳大湾区等成熟城市群虽依托雄厚产业基础实现了资源联动,但尚未形成全域统一、知识产权完备的都市圈商标体系。这份来自西部的探索,为全国各大都市圈推进跨市域一体化、打造区域公共品牌提供可借鉴的实践经验。