

纺织服装周刊

中国纺织工业联合会会刊 国际标准刊号：ISSN 1674-196X 国内统一刊号：CN11-5472/TS 2025.04.14 | 第13期 | 总第1213期



2025 KEQIAO FASHION WEEK 柯桥时尚周

拾光·溯
KEQIAO FASHION
WEEK PICKING LIGHT TRACING

柯桥时尚周|春季
May 2025 05.05-05.11



中国纺织服装大数据中心

中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持，中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

中国纺织服装大数据中心架构：在北京设立全国中心，在重点省份设立省级中心和地级市中心，在重点产业集群设立数据平台。

中国纺织服装大数据中心功能：为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争力提升等提供数据支撑。

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

数据平台建设、云 ERP/ERP、MES、纺织工业数据、相关政府部门统计数据、进出口数据、产业集群数据、纺织服装上市公司数据、电商数据、……



充分发挥中国纺织服装大数据中心的平台作用，推动纺织服装行业数据汇聚，促进产业链、供应链数据融合，形成产业集群、省市、全行业基础大数据库，为政府、产业集群、纺织服装行业、企业提供数据分析、数据大屏展示、数据平台建设、解决方案推广、产融合作、供需对接等服务。

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097
宋女士 010-85229513 13683184867
吴女士 010-85229541 13910583128

(以上数据来源于企业)

中大门 广州
ZHONG
DA
MEN

广州中大门，时尚中国南大门。



AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

社长		徐 峰
总编辑		刘 萍
副社长		刘 嘉
社长助理		张尚南
副总编辑		袁春妹 万 晗
总编助理		郭春花
采编中心		
主编		徐长杰
		墨 影
副主任		董笑妍
		云娟娟
特邀主笔		郝 杰
主任助理		李亚静
编辑/记者		陶 红
		夏小云
		裴鑫榕
美编		郭 森
		余 辉
浙江运营中心		
总监		赵国玲
副主任		王 利
记者		边吉洁
		王耀祖
融媒体中心		
总监		徐长杰(兼)
副主任		耿 聘
资深摄影		关云鹤
美编		李举鼎
编辑/记者		许依莉
		牛学臻
行政管理中心		
总监		崔淑云
副总监		黄 娜
办公室		
主任		刘 萍
财务部		
主任		崔淑云(兼)
主任助理		张 艳
热线电话		
总 编 室: 010-85229395		新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229026		传 真: 010-85229422

国际标准刊号:ISSN 1674-196X 国内统一刊号:CN11-5472/TS
广告发布登记通知书号:京东工商广登字20170146号
出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司
地址:北京市东城区东西大街46号院(100711)
定价: 每期人民币12元
日本合作媒体:纤维News
印度合作媒体:Inside Fashion
欧洲合作媒体: 
台湾地区合作媒体: 
承印: 北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费，所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议，请在投稿时说明，本刊将按作者说明处理。

06

资讯 *Infos*

全国首个“无废纺织”建设指南在宁波发布
中国纺织工业联合会声明

08

关注 *Attention*

探寻行业高质量发展新模式
对话淘宝，协同守护消费信任与原创尊严

10

特别报道 *Special*

溯本质，见未来

12

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

打造新质态，柯桥面料的“新表达”
经纬之间的传承与跨越
四年积淀再升级！“柯桥优选”赋能纺织产业高质量发展
“中国时尚女装面料第一站”系列巡展走进威海

16

产业用 *Industry*

“擦”出洁净，守护健康！

18

纺机 *Industry*

解读行业运行趋势，促进企业创新提质



20

时尚 *Fashion*

LAFAVEUR 芸想：一场“她力量”的盛大赞歌
璨锦 LIJIN：丝光锦宴，提花织梦，致敬非遗匠心
《中式上新夜》：解码东方美学，邂逅华服之美

23

一线 *Frontline*

助力纺织产业开启深绿色新征程
永荣股份携手天辰绿能，强强联合推动尼龙产业链高质量发展
“硬核产品+暖心服务”，鹰游纺机领航纺织装备新征程

26

指数 *Index*

春市营销环比回升 价格指数环比小涨



刘 嘉
《纺织服装周刊》副社长

ANCHOR HEADING

风急浪高 锚定航向

当地时间4月2日,美国政府以单边加税政策投下“深水炸弹”——对华加征关税、取消“800 美元小额豁免”优惠、同步打击转口贸易。这一系列动作,看似剑指中国,实则暴露了美国在全球化浪潮中的战略焦虑。面对这场“关税风暴”,中国纺织业并未陷入被动防守,而是以“强内功”的实践给出了答案:真正的竞争力,从来不是靠关税壁垒所能凭空制造;产业的未来,必然属于技术、创新与全球合作的坚守者。

4月4日,国际纺织制造商联合会(ITMF)发布的数据揭示了一个清晰的逻辑:美国服装市场 95% 依赖进口,若转向越南、印度等国,不仅面临关税成本飙升,还需承受生产效率下降、品类不足的掣肘。

4月3日,中国纺织工业联合会的声明则直指美方政策的“双输”本质:取消小额包裹免税待遇,既损害中国中小企业的生存空间,也让数百万依赖跨境电商的美国中小商户和普通家庭承受更高生活成本。这种违背 WTO 规则、破坏多边贸易体系的行径,本质上是对全球产业分工规律的挑战,最终只会让美国消费者为政治操弄买单。

面对“关税战”,中国纺织行业正强内功、树信心,积极应对。比如,作为全国最大的化纤面料生产基地,江苏盛泽生产的面料直接销往东南亚国家,然后加工成衣,最终销往欧美。美国加征关税之后,虽然影响和挑战都不小,但盛泽镇有完整的纺织产业链基础,也有科技含量高的技术,特别是拥有全球领先的高端工业丝,真丝绸产品目前在国际市场上也很难找到替代品,这成为当地纺织企业保有中长期信心的重要因素,也成为应对目前关税冲击的信心来源。

盛泽的实践揭示了中国纺织业的突围路径,要实现系统性破局,必须在技术和市场方向持续发力。推动技术创新从“跟跑”“并跑”到“领跑”,让“中国创造”“中国智造”取代“中国制造”,才能摆脱价格敏感和路径依赖。

同时,我们要看到,RCEP 区域对我国纺织行业稳外贸方面起到重要支撑作用,产业合作潜力还将进一步释放。此外,新兴市场也值得中国纺织企业持续深耕,2013—2022 年,中国对“一带一路”共建国家纺织品服装出口额占行业对全球出口比重从 45% 提高到 52%。

历史经验告诉我们,20 世纪 80 年代,日本汽车业在美国关税战压力下,通过本土高端化(雷克萨斯)和北美建厂,反而实现了全球扩张;今天,中国纺织业同样站在转型升级的关键点上。中国拥有全球最完整的纺织产业链、最具活力的数字商业生态,我们有理由相信,只要坚守战略定力,必将到达明日的产业跃迁。

风浪越大,越需锚定航向。中国纺织人正在书写的故事,不仅关乎一个行业的兴衰,更是在全球化退潮中捍卫公平贸易、推动人类福祉的缩影。正如丝绸之路上跨越千年的驼铃,中国纺织业必将以创新与合作之姿,再次织就联通世界的锦绣篇章。

View point / 产经看点

商务部数据显示,今年前两个月,我国服务贸易较快增长,服务进出口总额 13095.6 亿元人民币,同比增长 9.9%。其中,出口 5495.8 亿元,增长 13%;进口 7599.8 亿元,增长 7.8%。
——商务部

4月3日,中国物流与采购联合会公布,3月份中国物流业景气指数为 51.5%,较上月上升 2.2 个百分点。主要分项指数全面上升,部分行业物流需求回升势头较好。
——中国物流与采购联合会

中国商业联合会最新数据显示,4月份中国零售业景气指数环比上升 0.3 个百分点,零售业市场经营环境持续改善,消费市场活力稳步提升。
——中国商业联合会

4月7日,国家外汇管理局发布的数据显示,截至 2025 年 3 月末,我国外汇储备规模为 32407 亿美元,较 2 月末上升 134 亿美元,升幅为 0.42%。我国外汇储备规模已连续 16 个月稳定在 3.2 万亿美元以上。
——国家外汇管理局



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织服装融媒体
抖音号



纺织机械
微信订阅号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

Focus/ 聚焦

全国首个“无废纺织”建设指南在宁波发布

日前, 2025 联合国“国际无废日”浙江主题活动在宁波隆重举行。会上, 宁波市纺织行业协会代表宁波市在全国首次发布了“无废纺织”建设指南, 为纺织行业的绿色转型注入了强劲动力, 这不仅是宁波纺织行业的一大创举, 更是全国纺织业迈向可持续发展的关键一步。

活动现场, 相关企业和行业协会负责人共同发布了宁波“无废纺织”建设指南。指南包含 7 个方面、55 条内容, 通过基本要求、工厂环境、生产控制、固体废物管理、节能降碳、制度建设、教育宣传、建设评估等内容, 做出了适用于纺织行业的建设管理规范。

指南提出, 将无废理念融入到纺织行业的全生命周期, 做到设施设备能源消耗最小化、原料产品循环利用效益最大化、固废资源利用最优化, 实现“无废纺织”工厂工业固废产生强度处于行业领先水平的总体目标。

根据指南, 从原料选择到生产环节, 再到固废处理、无废评估等, 都进行了全面且细致的规范。在原料选择上, 倡导优先选用易于回收、可循环利用率高的原辅材料; 染整生产过程中, 要求配备碱回收装置, 实现资源的有效回收利用; 对于可回用于生产的废纺织料及不合格产品, 需单独存放, 并建立自行利用台账, 提升循环利用效益。在固废处理方面, 不仅要求实行清洁生产, 还鼓励行业内外的循环加工利用, 如制丝、纺纱等环

节产生的次废品、边角料, 都应设置回收工段, 并采用聚酯醇解、胺解机理等再生利用工艺技术进行回收生产。

宁波作为中国纺织服装业的重要出口地, 拥有 2 万余家纺织企业, 年产值超千亿元。近年来, 该市以“无废城市”建设为契机, 通过数智化平台建设, 设施设备升级, 以及废纺织物循环利用体系的构建, 成功打造了一批具有纺织行业特色的“无废工厂”。去年, 宁波市循环利用废纺织料超过 30 万吨, 减少碳排放量 108 吨。作为宁波最早的国家级绿色工厂之一, 康赛妮集团建造了纺织品可回收利用基地, 通过智能化纺织品拆解生产线, 将废针织品拆解变成新的原材料。去年企业高端可回收羊绒原材料出口达 200 吨。

本次活动不仅发布了宁波“无废纺织”建设指南, 还发布了《长三角地区“无废城市”共建联治倡议书》和“无废宝”等多项成果, 举行了浙江省“无废创意”大赛优胜作品颁奖仪式, 展示了浙江在固体废物资源化利用方面的创新成果。

宁波市纺织行业协会表示将以此次活动为契机, 持续发挥引领作用, 推动宁波“无废纺织”建设指南在行业内的广泛应用, 助力更多企业理解并落实指南要求, 为纺织行业的绿色可持续发展, 以及“无废城市”的建设贡献更多智慧与力量。(综编)

Macro/ 宏观

聚焦纺织等重点行业，国家对制造业新型技术改造城市给予支持

日前, 工业和信息化部、财政部发布通知, 组织开展第二批制造业新型技术改造城市试点工作, 提出继续支持城市采用“点线面”结合的方式组织示范项目, “点”上开展数字化智能化改造示范、“线”上开展产业链供应链数字化协同改造示范、“面”上开展产业集群及科技产业园区整体数字化改造示范, 加快数字技术、绿色技术以及创新产品推广应用, 推动制造业高端化、智能化、绿色化发展。

两部门提出要聚焦重点行业。申报城市应在制造业中确定 3 个左右主导行业作为技术改造重点行业, 鼓励选择对工业经济增长贡献度较大、转型升级需求迫切的传统产业, 如石化化工、钢铁、有色、建材、机械（仪器仪表）、食品、轻工、纺织等, 并可在重点行业中进一步确定具体细分行业。

申报城市应在确定的技术改造重点行业中, 选择链主企业、龙头企业和处于产业链关键环节的企业, 选择技术水平高、具有示范带动作用的标志性重大项目作为支持对象, 提出重点项目清单。每个行业至少包含一家链主企业或龙头企业, 每个城市至少包含一个投资规模超 5 亿元的标志性重大项目。重点项目实施后, 形成一批行业内标准化的数字化转型等解决方案。

在资金支持方面, 中央财政对入选城市给予定额奖励。按照每个入选城市不超过 3 亿元下达奖补资金, 试点实施期第一年拨付 50% 奖补资金, 实施期满考核评价通过后拨付其余 50% 奖补资金。

奖补资金由入选城市用于支持企业技术改造项目, 支持方式由地方确定, 包括投资补助、贷款贴息、担保费补贴等, 对单个项目的支持资金最高不超过项目总投资的 20%, 已获得国家财政资金支持的项目不得重复支持。基础设施建设、公共服务平台建设、服务商培育等项目原则上由地方支持。(郝杰)

新版《安全应急装备产业分类指导目录》征求意见，多种产业用纺织品在列

为进一步明确安全应急装备产业内涵, 指导地方根据区域特色推动产业集聚发展, 4 月 2 日, 工业和信息化部在《安全应急产业分类指导目录（2021 年版）》基础上, 结合产业发展新形势, 修订形成了《安全应急装备产业分类指导目录（2025 年版）（征求意见稿）》, 面向社会公开征求意见。其中包括隔热面料、阻燃隔热纤维、防水面料、拒水纺织品、碳纤维、绝缘服面料、阻燃服、防穿刺服、救生衣、安全绳等多种涉及安全材料、个人防护、紧急生命救护类产业用纺织品。

据介绍, 《目录》是对安全应急产业范围作出的一次重要界定, 可为地方政府推动产业发展提供指导, 为企业广泛参与我国安全应急事业, 进行业务布局提供参考, 更是公众了解安全应急产业的基础文件。

《目录》将安全应急产业划分为大类、中类和小类共三级目录。按照安全应急产业为突发事件提供事前预防、事中处置、事后恢复的产品、技术和服务的目的, 将其分为“安全防范”“应急处置”和“安全应急服务”三个大类。其中, “安全防范类”是指对人、物、环境、设备等直接提供保护作用的产品或技术, 能够为突发事件提供事前预测预警的系统、装备等产品或技术; “应急处置类”是指为突发事件的救援处置过程中提供的具体物资、产品或装备等; “安全应急服务类”是指围绕市场需求, 为了保障安全应急需求而采取的支撑服务。

今年是国家实施《安全应急装备重点领域发展行动计划（2023—2025 年）》的最后一年, 按照计划, 2025 年安全应急装备重点领域产业规模超过 1 万亿, 形成 10 家以上具有国际竞争力的安全应急装备龙头企业、50 家以上具有核心技术优势的重点骨干企业, 培育 50 家左右国家安全应急产业示范基地（含创建单位）, 对防灾减灾救灾和重大突发公共事件处置保障的支撑作用明显增强。(郝杰)

中国纺织工业联合会声明

4 月 2 日（美国当地时间），特朗普政府签署行政令，将取消从中国内地和中国香港进口的小额包裹免税待遇。此举严重违背国际贸易规则，不仅破坏了中美纺织行业正常贸易秩序，对中国纺织服装企业，尤其是中小微企业、跨境电商经营者及配套产业链造成不利影响，也将直接损害美国众多普通消费者利益，损害国际市场公平与效率。对此，中国纺织工业联合会发表声明如下：

第一，中国纺织产业界完全赞同中国政府相关立场，对美国通过其国内行政措施破坏国际供应链秩序、提高贸易成本等霸权行为予以强烈谴责和坚决反对。

第二，小额包裹关税豁免政策是国际通行的便利化措施。美方无视实际，违反了世界贸易组织非歧视原则和公平贸易精神，损害了全球纺织产业链韧性，最终将

损害包括美国企业和消费者在内的各方利益。

第三，中国作为全球纺织服装产业的重要贡献者和参与者，长期以优质产品和服务满足全球市场需求，为美国消费者提供多元的消费选择，跨境电商及小额包裹更是惠及数百万美国中小商户和普通家庭。美方这种损人不利己的行为不可理喻。

第四，中国纺织工业联合会呼吁国际组织、各国行业组织及相关利益方共同抵制贸易保护主义，维护多边贸易体系。我们坚信，全球化潮流不可逆转，只有坚持公平竞争、互利共赢，才能实现全球纺织产业的可持续发展。我们支持中国政府采取有力措施，坚决维护国家主权、安全和发展利益，坚决维护我国相关产业链的正当权益。

中国纺织工业联合会
2025 年 4 月 3 日

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY
中国纺织工业联合会会刊

权威，专业



纺织服装周刊
微信公众号

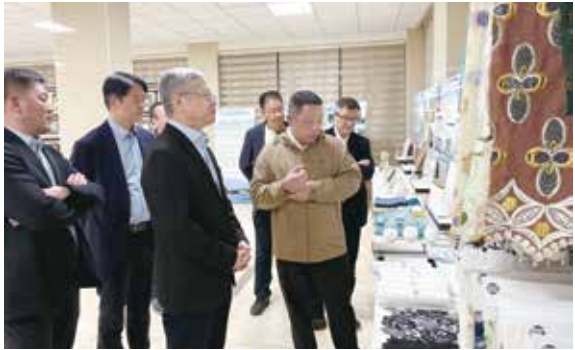
新闻热线：郭春花 010-85229379
广告热线：万 晗 010-85229640

新媒体热线：徐长杰 010-85229373
发行热线：张 艳 010-85229026

不断更新的行业信息库 • 三端覆盖的融媒体传播 • 专业的媒体推广与服务

为中国纺织服装行业发声

广告



调研组深入企业一线考察。

探寻行业高质量发展新模式

中国纺联秘书长夏令敏一行赴闽调研

■ 谢立仁 / 文

3月28—29日，中国纺织工业联合会秘书长夏令敏率队深入福建，展开了一场紧凑而充实的考察之旅。此次调研，行程横跨尤溪、永安、长乐等地，走访了六家极具代表性的纺织企业，探寻福建纺织行业的发展密码，为全国纺织业迈向高质量发展找寻方向。

3月28日，细密的雨丝飘落闽中尤溪县，为这座纺织重镇蒙上了一层诗意的薄纱。在福建省纺织服装行业协会当值会长王启明、轮值会长陈宗立的陪同下，夏令敏一行率先抵达福建旭源纺织有限公司。旭源作为一家集高性能、多功能性、多种纤维混纺纱生产与销售于一体的大型“5G智能化纺纱”企业，在尤溪县千亿纺织产业链中扮演着百亿龙头的关键角色。其一期工程年产17万吨高智能高品质混纺纱，走进生产车间，智能化设备高效运转，井然有序。董事长林济宝详细介绍了企业发展历程，并分享了公司荣获“国家级高新技术企业”“全国绿色工厂”称号的经验，夏令敏对旭源的创新发展与绿色实践给予高度认可。

随后，夏令敏一行抵达佳宇纺织器材有限公司。自2003年5月创立以来，佳宇已稳健走过二十二载。公司董事长黄军华引领调研组参观了位于城南工业园的现代化厂区，展示了无动程系列胶辊、胶圈（WD系列）以及涡流纺胶圈、胶辊等一系列创新产品。这些产品凭借卓越的性能和领先的技术，在国内纺织器材市场中抢占先机，佳宇也因此被福建省纺织行业协会认定为“纺织器材科技创新中心”。

今年2月24日，尤溪县迎来一场盛大的投资热潮，35个总投资达77.75亿元的项目集中开工，其中铭臻集团旗下的鑫森多孔超细旦锦

纶弹力丝项目脱颖而出，其产品作为福建省单项冠军产品，引领锦纶弹力丝领域迈向新质发展，开启产业升级新征程。在鑫森合纤，夏令敏深入了解每一道工序，仔细询问生产经营细节，他感慨道，自己大学所学专业正是相关领域，看到如此完整且先进的产业链，倍感亲切。

同日，夏令敏一行前往永安宝华林实业有限公司。在产品展厅，董事长邓忠华详细介绍了公司情况。宝华林凭借一项国内独家生产的特种纤维，在行业内独占鳌头。该纤维作为货币防伪鉴别的关键特种材料，不仅在国内制币行业举足轻重，更远销海外，在世界多国货币制造领域大显身手，成为名副其实的行业“宠儿”。历经两代创业者40年的不懈奋斗，宝华林不仅在业务上成绩斐然，在党建工作方面也成果卓著，多次荣获上级表彰，积极履行社会责任，稳坐安安市龙头企业宝座。

3月29日，调研组来到长乐新华源科技集团有限公司旗下的立华纺织有限公司。该企业由福建纺织服装行业协会轮值会长、新华源董事长陈宗立于2002年创办，随后迅速扩张，主要由福建华源纺织、恒源纺织、新华源纺织、

福建纺织的产业集群效应、品牌建设与创新能力和民营企业活力以及对可持续发展的践行，值得推广。

立华智纺四家公司以及天津市华恒包装材料有限公司联合组成，2022年荣膺福建企业百强。集团主要涉及纺织和塑料薄膜两大产业，纺纱规模达150万锭，高档倍捻设备200台，薄膜年产装置10万吨，是国内最大最专业的纤维素纤维纺纱应用企业之一。其投资建设新一代短流程智能纺纱设备，引进军工技术自主研发，具备高速高产、工艺流程短、用工少、制成率高、毛羽少、纱线光洁、抗起毛起球性能好等诸多优势，用工效率大幅提升。

此次调研的收官之站是福建金源纺织有限公司。金源纺织拥有精梳环锭纺、赛洛纺、紧密赛洛纺、气流纺等多个现代化生产车间，纱锭规模超70万锭，公司连续入选“中国纺织服装企业竞争力500强”，入选“中国纺织服装各行业主营业务收入100强企业”“中国棉纺织行业竞争力20强”。作为5G工厂的典型代表，公司总经理、“创二代”郑洪详细阐述了公司的发展历程与未来规划。

调研尾声，夏令敏总结指出，福建省纺织服装产业凭借高效的产业集群效应、强劲的品牌建设与创新能力、活跃的民营企业活力以及对绿色可持续发展的积极践行，已然成为推动全行业蓬勃发展的力量，是全国纺织行业持续领先发展的生动缩影与成功典范，其经验值得深入总结、广泛推广。

参加调研的还有中国纺织工业企业管理协会常务副会长、中国纺联产业园区工作办公室主任杨金纯、中国纺织工业联合会流通分会副会长兼秘书长王水元。在调研期间，夏令敏一行还专程拜访全国优秀企业家、金纶高纤董事长郑宝佑。TA

对话淘宝，协同守护消费信任与原创尊严

■ 中国纺织工业联合会品牌工作办公室 / 供稿

营造良好的线上营销环境，需要坚守初心，持续灌注“清流”。何谓“清流”？是理性的，保障诚信供给的“制度力”；是感性的，护航品质消费的“共情力”。拒绝以次充好，劣币驱逐良币；拒绝以假乱真，技术绑架人性。要善用AI数智工具，同时也要防控AI应用乱象。让技术应用回归提升品质、保护创新的轨道。

3月27日，电商平台淘宝启动“AI假图”治理专项行动，明确界定“商品材质/款式失真”“场景虚构”“过度美化”等典型违规场景，并采取“源头拦截”“存量清理”“标识提醒”等组合措施。近一周时间，平台在搜索、推荐上，已完成对110万AI假图商品的降权或屏蔽处理。这是电商行业首次系统性治理AI技术滥用问题，同时，淘宝向全行业发出治理“AI假图”倡议——通过规范AI生成图片使用，推动产业生态共建。

中国纺织工业联合会品牌工作办公室（以下简称“中国纺联品牌办”）对此高度关注。作为行业品牌战略推手，中国纺联品牌办始终将知识产权保护、公平竞争环境、消费者权益视为行业高质量发展的基石。此次事件背后，是AI技术深度渗透产业带来的机遇与挑战，更是全行业重塑诚信生态的关键契机。

为此，中国纺联品牌办与淘宝展开深度对话，探讨技术治理与行业高质量发展的共生关系。

中国纺联品牌办：淘宝此次治理行动在纺织服装行业引发强烈共鸣。我们注意到，许多原创服装品牌长期受困于“AI盗图”“跨平台抄款”等问题。从产业视角，淘宝认为此次治理如何回应企业痛点？

淘宝：加美颜滤镜的带货短视频、过度美化的种草笔记、AI合成的假商品图……“货不对版”已成为近年来电商行业最大的痼疾之一。

在一些电商平台和社交平台，技术滥用导致的“劣币驱逐良币”现象，本质是对产业创新力的侵蚀。通过此次治理行动，淘宝明确界定了“商品图片失真”场景，并采取了一系列措施来打击AI假图。这不仅是对平台规则的升级，更是对“原创即竞争力”这一产业逻辑的捍卫。我们的目标是营造一个公平竞争的市场环境，让原创品牌能够得到应有的回报和认可。

中国纺联品牌办：国家四部门联合发布的《人工智能生成合成内容标识办法》将于9月实施。淘宝率先上线假图识别模型，并对假图进行标识提醒，这对行业标准建设有何启示？

淘宝：作为一直致力于优化营商环境的国民电商平台，淘宝决定率先响应这一决定，引导电商行业早日回归正轨。淘宝愿意拥抱科技进步带来的生产方式变革，但我们相信AI应该帮助商家更好地经营，帮助消费者获得更有品质的商品及服务，而不应用于损害知识产权、侵害消费者权益，成为劣质商家、商品的帮凶。

同时，政策落地需要全社会响应，更需要产业协同的“接口”。我们将“商品材质标注失真”“违反物理规律的场景”等列入了违规红线，并希望通过系统举措来引导行业规范使用AI生成图片。未来，我们期待与行业共建“纺织服装AI图片使用规范”，将淘宝的失真识别模型与行业设计图库打通，保护原创。这一机制不仅保障消费者权益，更为行业提供了一套可复制的治理方案。

中国纺联品牌办：AI假图损害“中国品牌”国际信誉，淘宝率先治理“AI假图”行动如何助力品牌国际化？

淘宝：AI假图的“聚酯纤维冒充呢子大衣”等乱象，本质是损害

“中国品质”的国际信誉。通过此次治理行动，我们拦截了大量涉及材质虚假标注的假图，其中有不少流向了跨境电商渠道。通过技术治理和标识透明化，我们不仅保护了国内消费者，更为出海品牌建立了“真实可信”的全球形象背书。这有助于提升“中国品牌”在国际市场上的竞争力和信誉度。

中国纺联品牌办：在治理过程中，淘宝如何平衡技术创新与用户体验？

淘宝：技术创新是手段，用户体验是根本。一方面，我们利用先进的技术手段来识别和拦截假图，提升平台的治理效率和准确性；另一方面，我们也注重用户体验的改善，通过优化提示信息、提供便捷的申诉渠道等方式，确保用户在遇到问题时能够得到及时、有效的解决。这样既能保障平台的健康发展，又能提升用户的满意度和忠诚度。

同时，那些致力于原创的商家也是平台的用户，他们是“AI假图”的受害者。一件原创商品，从创意产生、修改设计、到下厂定版、实拍商品图，都凝聚了商家的大量心血，只为了让产品在消费者面前呈现出最好的状态。而一些不良商家，利用AI合成图大大降低了山寨抄款和盗图的成本，进一步劣化了营商环境，挤压了原创商家的生存空间。长此以往，商家的创新动力终会被消磨殆尽。

中国纺联品牌办：下一步治理行动有何规划？

淘宝：刚才我提到，那些山寨抄款，往往涉及跨平台，仅靠淘宝一己之力难以根治。淘宝率先向全行业发出治理AI假图的倡议后，将和联合不同行业进一步深化合作，有针对性地制定相关标准，让行业回归品质竞争。

为此，我们也认为，纺织服装行业AI技术应用与治理未来发展的重点在于：

一是以智治促质变，共筑AI技术应用新生态。愿全行业以淘宝平台率先实践的“失真场景认定”“材质真实性标注”标准为参考基准，联合制定纺织服装行业AI内容相关操作细则，让技术应用回归提升品质、保护创新的轨道。

二是以诚信塑品牌，共建全链信任共同体。消费者权益是品牌价值的终极试金石。淘宝对图片真实性认定机制，通过信息透明重建消费信任，这与中国纺联品牌办“品牌价值评价体系”形成战略闭环。愿更多企业建立“真实展示即竞争力”的经营理念，将商品的真实呈现转化为品牌差异化优势，让消费者在透明、诚信的交易环境中感受品质价值。

三是以协同创未来，共绘产业升级新图景。AI假图的跨平台流通与供应链“审核疲劳”问题同源。愿全行业以规则护航创新、以透明重建信任、以协同抵御风险，让AI技术真正成为驱动产业新质生产力的智慧引擎，共同守护纺织服装行业每一份创新成果与消费信任。

我们深知，当AI遇见两千年纺织文明，书写的不仅是效率革命，更是文化传承的数字化史诗。让我们共同携手，以规则为梭、以透明为纬、以协同为经，在这片孕育过丝绸之路的东方热土上，共同谱写AI时代中国纺织服装产业的“向善”乐章！TA



中国服装论坛助力产业价值跃迁。

溯本质，见未来

2025（第三十届）中国服装论坛全景复盘

■ 本刊记者 _ 董笑妍 陶红

时代如潮，品牌似舟。在潮涌潮落间，对品牌的笃思就如缆绳——一端系着“专注每寸布料”的质朴匠心，一端伸向“定义未来美学”的星辰征途。4月1—2日，由中国服装协会主办、凌迪 Style3D 协办、北京盛世嘉年国际文化发展有限公司承办的“2025（第三十届）中国服装论坛”以“服装品牌的本质与未来”为题在北京举行。时值三十周年之际，中国服装论坛回归“做好一件衣服”的初心，探讨中国服装品牌如何在全球化浪潮中锻造核心竞争力，助力产业价值跃迁。

识局：在全球范畴锚定高价值坐标

4月1日上午，红博商业开幕大会以“识局：价值的本源与创造”为主轴，直面全球化语境下的辩证命题，邀请行业领导、企业领袖、商业大佬、经济学家与跨界智库，以“长期主义”为锚点，从“走出去”到“融进去”，提出“高价值增长”的核心路径，解码本土创新的破局之道。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲以“立华夏本质，创锦绣未来”为题作主旨演讲，进行了四点分享：一是在现实中认识行业发展的新课题，建设具有中国特色的知识体系和价值主张；二是在大局中识别行业发展的战略方向，在全球创新生态的变化中把握机遇，实现从“成本优势”到“价值优势”、从“被动适应”到“主动塑造”、从“产业协作”到“文明互鉴”的跨越；三是在本质中发掘行业发展的价值机遇，科技、时尚、绿色、健康不是割裂的存在，而是有机整体，要在更高层次上重新定义产业的价值创造模式；四是在守正中创新，开启锦绣新程，以质为核心打磨产品，以效为核心锻造供应链，以人为核心构建品牌矩阵。

在“畅想中国服装业的未来”主题演讲中，深圳歌力思服饰股份有限公司董事长兼总经理夏国新预测了中国服装业未来发展趋势，行业由高速发展转向低速发展，个性化需求将推动企业加速布局多品牌战略，未来消费升级与消费降级并存，绿色可持续时尚会越来越受关注，AI 浪潮带来服装行业颠覆性变化。

“30 年，中国服装行业每一步都走得坚实而有力，爱慕和中国服装论坛共同见证了这一切。”爱慕品牌创始人、爱慕股份有限公司董事长张荣明在“从感官认同到价值共鸣”的主题演讲中，详细阐述了爱慕对自身的深度思考。30 多年来，爱慕以“爱和喜欢”为核心助力着每一位女性在各个领域绽放光彩。

在“4.0 时代破界共生 商业生态耦合 × 情绪价值耦合”的主题演讲中，红博商业总经理王丽梅梳理了红博商业发展的四个阶段，在 4.0 时代实践中，红博通过生态模式、生态场景、生态内容、生态规划、生态赋能多维创新，摒弃传统品牌组合逻辑，转向以流量为导向的业态布局。

北京大学政府管理学院教授路风在“工业与中国经济增长”主题演讲指出，面对当下世界形势，中国应该放开手脚，让所有工业都把自己的优势发展到极致，让每种工业都有自己独特的机会，中国继续工业化的意义就在于最终彻底改变世界范围内“能力的分配”。

在“人工智能：重构产业基因的‘时空编织者’”的主题演讲中，中国人工智能学会心智计算专委会副主任委员、武汉大学计算机学院教授蔡恒进表示，人类可通过创造和运用认知坎陷对世界解耦，构建可描述的认知体系。意识体验来自 Life 阶段；在 Life+ 阶段，意识从碳基载体中解耦，实现跨时空迁移；在 Life++ 阶段，通过多数字体协作突破物理限制，实现

超级智能。

北京大学新闻与传播学院院长、北京大学新媒体营销传播 (CCM) 研究中心主任陈刚在论坛上分享了如何“面对数字化的未来”。物联网的加速布局正带来新的发展机遇，大数据技术的深入应用将推动系统性变革。

从产品端到市场端，服装企业和服装品牌在“走出去”的过程中面临哪些挑战？作为对话嘉宾，意中贸促会理事会主席胡希茂以 25 年深耕米兰奢侈品供应链的实践经验，为中国服装品牌全球化发展指明两大跃升路径：合规化的运营、工艺与设计的深度结合。

“颠覆性技术创新往往经历三次浪潮。”Style3D 创始人兼 CEO 刘梆在“打造数字引擎 驱动时尚未来”主题演讲中指出，技术的发展往往遵循一定的演进规律，可以预见每个企业都将拥有专属的企业智能体，这种新型载体不仅整合了企业数据、工作流程和行业知识，更将成为推动企业发展的核心引擎，重塑商业竞争格局。

随后，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏，中国服装论坛执行发布王军与 Style3D 创始人兼 CEO 刘梆共同发布 Style3D DeepModa。Style3D 此次推出的全新时尚产业 AI 智能体 DeepModa，采用多智能体架构，结合 AI 与 3D 复合技术，实现了从创意设计到产品交付的全流程智能化闭环解决方案。

立与力：品牌淬炼的战略纵深

三十年品牌化生长，既是一部奋斗史，更是一部启示录。4月1日下午的“‘30·30 先锋志’新质领航峰会”以“立”与“力”为喻，汇聚一众行业先锋人物与品牌代表。无论是深耕供应链的隐形冠军，还是拥抱消费者的实力品牌，无不印证：品牌的本质，是回归产品本真；品牌的未来，是成为世界的共同语言。

安迈企业顾问 (Alvarez & Marsal) 董事总经理、大中华区消费零售行业主管陈靖以“破局‘内卷’，重塑价值：中国服装企业的‘品牌进阶之道’”为题进行主题分享。从行业角度看，将有赛道分化下的新机会，未来鞋服企业应注重鞋服多场景渗透，并进一步布局轻奢、中高端男女装赛道。

“品牌抓住风口，靠的从来不是运气，而是对市场趋势的提前判断。”在“品牌的改变，从企业家自身开始”的主题演讲中，高智品牌战略咨询董事长王鹏表示，服装行业的破局之道在于战略前瞻性与动态应变能力的结合，在动态市场中灵活构建局部优势，最终形成全局势能。

例外 EXCEPTION de MIXMIND、方所 Fang Suo Commune 创始人毛继鸿在对话环节中分享道，行业最核心的竞争力与不可替代性，归根结底在于坚守本心——将“把一件衣裳做好”这个最朴素的追求做到极致。

Liberty London|Liberty Fabric 董事总经

理 Andrea Petochi、Liberty 亚洲区总经理黄海滨共同上台讲述了 Liberty 以印花设计为核心的艺术传承与创新历程。Liberty 每十年都会推出标志性风格，通过风格迭代、全球多元文化融合及与艺术家的合作，持续推动设计创新。

群玉山咨询创始人、首席策略官马晓波在“品牌即对抗”主题演讲中，通过几个经典品牌宣传片，展现了服装品牌是如何在坚强与软弱、平等与偏见等的对抗中，找到自身定位与品牌情怀。对抗不是目的，而是品牌寻找真我的必经之路。

以匠心坚守铸就品牌根基，共探基业长青之道，围绕主题“立”，在长江商学院客座教授、前京东集团副总裁、前云南白药首席商务官赵英明的主持下，大杨集团有限责任公司党委书记、总经理胡冬梅，上海兆妩品牌管理有限公司董事长孙青锋，GOELIA 歌莉娅品牌创始人胡启明，卓尚服饰（杭州）有限公司董事长丁武杰，高田时尚集团董事长高淑丽 5 位行业领军人物以对话形式，共探长期主义与价值坚守。在时代湍流中，他们用“立”的智慧证明：真正的品牌，是穿越周期的永恒承诺。

以破局之势激活品牌动能，共谋变革新篇，



围绕主题“力”，时堂 Showroom 创始人林剑，Ontimeshow 创始人顾叶丽，INXX 联合创始人、KSSS 创始人铁手，洲升 CHAU · RISING 品牌创始人兼创意总监刘超颖，上海逸红颜旗袍创始人马珺玉，UNICA 品牌总经理孟天初 6 位新锐领袖就时尚引领、技术爆发展开交流。他们的实践昭示：力的本质，是让传统行业迸发新生，让中国标准成就世界答案。

在最后的对话环节，ICCF 集团创始人、董事长兼 ICICLE 品牌 CEO 叶寿增阐释了品牌“敬天、爱人、惜物”的核心理念，和坚持环保理念、天人合一的长期主义哲学。

随后，在由中国服装论坛主办的“光之来处·青年领航之星 2025 年度推见”中，30 个先锋品牌闪耀荣光。

创意 × 创益：让设计穿透未来

4月2日上午，四场“品牌力沙龙”以轻量而深刻的形式，掀起思想风暴。“人工智能进化论”、“时尚消费变奏曲”、“创意设计风向标”、“运动健康竞技场”，四大主题从元宇宙时尚到消费情绪解码，从文化创新跨界到可持续革命，以小见大，举重若轻。

设计是文化的传承，亦是未来的预言。下午的“‘创意 × 创益’设计创益大会”上，议题直击核心：如何以新材料、新工艺、新技术激活设计系统？如何从传统生活美学中提炼灵感，让品牌既扎根文化，又对话全球？让“文化自觉”落地为“设计自觉”，让每一件衣服都成为传递价值的载体。

诗人、北师大国际写作中心终身特聘教授、中国诗歌学会副会长欧阳江河从生命尺度洞见“服装品牌：其深处的时间与观看”。他认为，与时装有关的时间是非均质的时间，时装既是瞬间的潮流，又是永恒的印记。

在“如何构建品牌的世界？”的主题演讲中，日本设计中心常务董事色部义昭表示，通过精准把控设计细节、创新视觉呈现形式强化品牌辨识度，使用字体结构、排版等元素为载体，让文字设计具有叙事功能，更好地展示品牌形象，以设计驱动品牌价值塑造，实现商业功能与艺术表达的平衡。

随后，作家、媒体人洪晃与资深电商营销专家史昕展开对话，两位运营领域的资深专家围绕行业趋势、核心逻辑、品牌策略等展开深入交流。洪晃表示，品牌建设的本质在于通过物质价值、情感价值等创造溢价能力，而设计是实现溢价的核心手段，中国服装品牌需着力设计创新，提升品牌溢价能力；史昕建议品牌通过精准定位，借助多平台协同，组建团队实现内容专业化，增加技术投入，从广告到营销持续优化品牌。

株式会社良品计画代表取締役社长清水智带来“自然的力量，方能如此”主题演讲，无印良品的品牌核心理念之一是“无修饰”，这一理念超越了单纯的美学追求，形成了一套独特的生活价值体系，这一理念在产品开发中得到了充分体现，这些实践不仅体现了对资源的尊重，更展现了一种将环保意识融入日常生活的智慧。

HAUTE COUTURE 高级工艺设计师李洪波在“高级定制工艺中的逻辑”的主题演讲中阐述了自己从“想做”到“做好”的历程，高级定制不仅仅是一种艺术形式，它更是一种思维方式，一种逻辑体系。“想做”源于将图纸具象化的结构；“能做”建立秩序的实践；“会做”则超越单纯制作，培养判断力；“做好”是做到“合

适”，寻找“恰好”的平衡态。

以设计思维撬动文化创新力，共探产业升级路径，“创益对话”环节特邀了 soft mountains 软山品牌创始人龙红紫妮，布料图书馆创始人 Mary Ma，半圆品牌创始人兼主理人何毓，斯夏 CAIRA 主理人、设计师、斯夏的小房间 CAIRA ROOM 运营总监晴朗 4 位创意先锋展开时尚碰撞，探讨了创意如何赋能文化表达、设计如何驱动商业向善。

论坛压轴环节，“爱慕 致敬造物者·2025 非凡时尚人物颁奖盛典”揭晓。

最后，中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏作“深耕中国创造 构建世界品牌”闭幕总结。他表示，三十年，中国服装论坛穿透中国服装品牌化生长的深层脉络，探寻跨越周期、重塑增长的立身之本和力量之源，助力行业开创更有韧性、更富活力的光明未来。

“深耕中国创造，构建世界品牌”是服装行业强国建设的核心愿景。今年论坛的主题凝结涵括了推动产业高质量发展、创造高品质生活的三个核心概念——“以人为本”“以新提质”“以衣载道”，回应着发展新质生产力、提升时尚话语权的时代命题，导向着新一轮科技革命、产业变革和市场变迁的广阔机遇。TA



柯桥纺织企业推动面料价值实现新的飞跃。

打造新质态， 柯桥面料的“新表达”

■ 本刊记者_边吉洁

当前，随着消费者对产品高品质、个性化及环保性要求的日益提升，纺织行业正经历着深刻的重塑与变革。新质生产力在纺织行业内加速形成，科技、时尚、绿色、健康等要素协同演进，共同构筑产业发展的新质态。

在这一进程中，柯桥，这座享有“国际纺都”美誉的城市，凭借自身独有的产业优势和澎湃的创新活力，勇立潮头，成为行业转型升级的排头兵。柯桥纺织从理念到技术，从智能制造到绿色转型，多维度创新推动面料价值跃升，积极探索新质生产力的发展路径，革新面料表达方式，展现纺织产业的新风貌。

那么，柯桥纺织又是如何打造新质态，实现面料创新表达的呢？近日，《纺织服装周刊》记者走访多家企业发现，他们从理念倡导到实践落地，从传统制造到智能创造，多维度发力，积极应对新形势，敏锐捕捉新机遇，推动面料价值实现新的飞跃。

科技赋能，开拓面料创新维度

在科技创新浪潮的推动下，纺织材料已突破传统单一性能的局限，向着多功能化、智能化方向快速发展。从最初的保暖、遮体等基础功能，到如今的抗菌、阻燃、导电、传感等复合功能，纺织材料正在重新定义其在现代社会中的角色。

“纤维作为纺织产业链的源头，始终引领着行业发展的前沿方向。”浙江汇纤纺织科技有限公司负责人吴明进表示。这家以生物纺织科技创新为使命的企业，秉持绿色低碳、可

持续发展的核心理念，通过持续的技术突破，已成功开发出多种新型纤维产品，为面料研发创新提供了更多可能性。

汇纤纺织专注于生物基聚酯纤维和再生纤维素纤维的研发与生产，并获得了杜邦公司 Sorona 创新基地的授权与拥有丽赛纤维的独家专利及吊牌。其中，旗下“新丽赛”纤维作为汇纤科技的拳头产品，经过结合现代高精尖的生产工艺和最新研究成果，继承了原丽赛的一些优质特点并实现新的突破，展现出强大的市场竞争力。

这款创新研发的“新丽赛”纤维，凭借其突破性的技术优势，在核心性能指标方面展现出卓越的综合实力：在吸湿排汗性、着色性、柔软悬垂性表现突出，各项指标均已达到与天丝、莫代尔等高端纤维相媲美水准。同时得益于突出的性价比优势，在高端纺织品市场快速崛起，已成功应用于内衣、家居床品等细分领域，赢得了市场的广泛认可。

“以新质驱动实现高质量发展，通过建立自主品牌，打造从原料、坯布半成品、成品布到成衣的全方位竞争力。”吴明进如此阐明汇纤科技的战略布局。目前，汇纤纺织已与多家企业建立战略合作伙伴关系，充分发挥各自优势，共同研发满足多元化市场需求的新型产品。

此外，汇纤纺织与东华大学开展深度产学研合作，通过建立纺织实验基地和新材料实验基地，为产品研发注入了持续创新的活力。“我们将持续深耕于环保、智能材料，致力于开发更多创新产品，为可持续发展贡献纺织人的力量。”吴明进说道。

绿色革新，践行全链低碳路径

推动经济社会发展绿色化、低碳化，是实现高质量发展的关键环节，也是建设人与自然和谐共生现代化的内在要求。近年来，纺织产业绿色发展势头强劲，从能源消耗到废水排放，从原料选择到生产工艺，纺织行业的每一个环节都在经历着前所未有的生态觉醒。柯桥纺企正以实际行动践行绿色发展理念，实现可持续发展。

坐落于东市场的唐诗村品牌门店，以其独特的品牌哲学吸引着每一位到访者。品牌将“天然、自然、悠然、超然”四大核心理念深度融入产品全生命周期，构建起完整的价值体系。“天然”理念体现在精选优质天然纤维，确保每一寸面料都源自自然；“自然”理念贯穿产品始终，强调回归自然的设计理念；“悠然”理念着眼于穿着体验，通过精湛工艺打造极致舒适感，让身心皆得放松；而“超然”理念则突破传统，将艺术灵感注入面料设计，创造出兼具实用价值与个性化的独特产品。这四大理念相互交融，共同编织出了唐诗村独特的品牌 DNA。

唐诗村以棉、麻、毛、丝等天然材料为主导，衍生出天丝醋酸、天丝羊毛交织、莫代尔、羊毛、羊绒等高端产品。“品牌采用再生纤维作为原料，并获得了 GRS（全球回收标准）国际认证，同时选用环保染料和节水工艺，大幅减少了生产过程中的废水排放。”其销售总监薛超说道。在追求高品质的同时，唐诗村品牌高度重视环保与可持续发展，确保产品从原料到生产的每一个环节都符合环保标准。

无独有偶，专注蕾丝面料的恒安蕾丝，通过实施低碳印染技术，成功将染缸能耗降低 67%，大幅减少废水排放的同时显著降低了生产成本。在原材料创新方面，恒安蕾丝获得了 GRS、RCS、SRCCS 等国际认证，广泛采用再生涤纶、尼龙等环保材料，有效推动资源循环利用，减少塑料污染。更值得关注的是，恒安蕾丝正与清华大学合作，积极探索生物基纤维的研发应用，通过替代传统聚酯原料，致力于从源头上减少碳足迹。

“可持续发展不是口号，而是企业的生命线。”恒安蕾丝公司总经理林竞松表示，未来，将始终以实际行动践行绿色发展理念，致力于成为蕾丝行业绿色转型的标杆企业。

文化铸魂，重塑国产品牌内核

文化赋能，打造差异化竞争优势；文化传承，助力可持续发展；文化引领，推动产业高质量发展。在纺织产业转型升级的浪潮中，新质生产力的培育不仅需要科技创新驱动，更离不开文化元素的深度赋能。文化作为产业发展的软实力，以其独特的魅力为纺织产业注入新的活力。

以东方美学演绎蕾丝艺术，恒安蕾丝选择“小而精”的路径突围，专注于蕾丝面料领域，深耕东方美学。其核心产品包括蕾丝花边、刺绣面料等，巧妙融合国风元素与现代工艺，既环保又充满东方韵味，深受国内外市场青睐。林竞松分享道：“中国元素一直在全球范围拥有市场。近年来，随着中国文化的兴起和文化自信的增强，蕴含中国文化元素的面料愈发受到市场的青睐与追捧。”他带领设计团队从敦煌壁画、青花瓷等传统文化中汲取灵感，将东方美学凝练为蕾丝上的精致纹样。这些产品不仅登上米兰、巴黎时装周，更让恒安蕾丝成为中国蕾丝产业的亮丽名片，向世界展示东方文化的独特魅力。

“唐诗笔墨勾勒了山河万象，千年之后，我们希望以经纬线重现诗中的意境，传承东方美学，让世界看到东方之美。”这是唐诗村品牌的起源，也是其创始人深厚文化情怀的体现。品牌以唐诗为根基，溯源出新，将古典诗意与现代纺织技术相结合，探寻古今中外文化的新表达。唐诗村不仅是一个品牌，更是一种文化传承的载体，通过面料与设计，将东方美学传递给全球消费者。

“打造具有国际竞争力的国产品牌，建立市场信赖感是关键，而产品品质则是根本支撑，这是我们持之以恒的追求目标。品牌建设绝非一朝一夕之功，需要时间的沉淀与积累。”薛超如是说。

基于这一认知，唐诗村制定了稳健的发展策略：以确保产品稳定性和高端品质为基本前提，循序渐进地推进品牌国产化进程。为确保产品的高品质与稳定性，唐诗村投入巨资建设了大型质量检测中心。该中心不仅为品牌自身服务，还免费向行业内其他企业开放，旨在提升整个行业的面料品质。“尽管免费检测服务成本高昂，但我们希望通过这种方式吸引行业关注，推动国内面料品质的整体提升。”薛超表示。

文化铸魂，品质筑基。恒安蕾丝与唐诗村的发展故事，正是柯桥纺织产业以文化赋能品牌、以品质赢得市场的生动写照。在文化传承与创新中，中国纺织品牌正以自信的姿态走向世界舞台，书写属于自己的辉煌篇章。





纺城新生代·舞动新质力 2

经纬之间的传承与跨越

访绍兴市柯桥区宝姿纺织品有限公司总经理鲍夏

■ 本刊记者_王利 文/摄



鲍夏(右)

时代的巨轮滚滚向前，在柯桥纺织产业的版图上，一场关于传承与创新的故事正在上演。当“厂二代”的标签叠加新生代企业家的锐意进取，绍兴市柯桥区宝姿纺织品有限公司创始人鲍夏用十余年时间，凭借新理念、新产品、新工具，在家族积淀基础上书写出属于自己的商业传奇。

从校园到商海，从主营单一的TR面料到羊毛、天丝、棉麻、雪尼尔面料等多元化产品矩阵，从主攻外贸到抢抓国内国际双循环机遇，从一家家扫楼跑客户到线上线下双渠道拓市……这个看似温婉的江南女子，骨子里却流淌着敢为人先的血液。在鲍夏看来，父母白手起家完成了0到1的积累，自己更应珍惜机会、不断努力，力争实现1到10的跨越，在传承与创新中定位自己的人生新坐标。

双线作战，以柔克刚破解成长烦恼

当同龄人还沉浸在象牙塔的单纯时光，鲍夏已开启双线作战模式——白日里是课堂勤做笔记的工商管理专业学者，夜色中化身跨境邮件与报价单里穿梭的年轻商人。2010年，在上海就读大学的鲍夏做出了一个大胆决定——走出安逸的象牙塔，依托上海作为国际化大都市的优势，成立对外贸易企业，开启自主创业新征程。

“上世纪90年代初，父母从安徽来到柯桥，创办了吉娜纺织，从零起步专业生产TR面料，借助柯桥雄厚的纺织产业基础，发展为工贸一体的企业。后来我到上海读书，看到了上海得天独厚的商贸优势，就想着要把家里生产的面料销往全世界。”鲍夏说道。这位90后创业者将下课铃化作商海博弈的冲锋号，在高效完成专业课程的同时，同步推动自家面料进军东南亚、中东、非洲等海外市场，用梭织面料的经纬线编织出学业与商业的双重版图。

2014年，大学毕业后鲍夏回到柯桥，在家人的帮助下成立了绍兴市柯桥区宝姿纺织品有限公司，正式开启了崭新的纺织生涯。创业初期，这位初出茅庐的女掌门人曾面临“成长的阵痛”。从校园到谈判桌的距离，不仅是商业技巧的跨越，更是心理防线的突破。“当时脸皮薄得像个宣纸灯笼”，鲍夏

笑谈往昔。正是这份自我认知，让她悟出独特的经营哲学——将女性特有的细致融入管理：建立客户分级服务体系，针对不同客户需求采用不同话术，打造“柔性供应链”服务模式，在保证产品质量和快速响应的同时，为客户提供定制化解决方案。

免费打样、逐米内检、售后包退换、足米销售……在鲍夏的带领下，宝姿纺织用质量与服务赢得了国内外客户的广泛信赖。面对行业“生意难做”的感慨，宝姿纺织用数据回应质疑，近年来销售额每年翻一番，老客户翻单比例逐年提升，新客户数量不断增长。“看到客户说我们质量好、服务好时的笑容，比财务报表上的数字更让我满足。”鲍夏说道。

破茧成蝶，向新而行成就自我价值

2020年，当“黑天鹅”席卷全球，同行开始收缩战线时，鲍夏却选择逆势而上，完成了惊险一跃。以抖音平台为跳板打入线上渠道、投入大量资金备现货启动内销战略、通过研发创新打造差异化个性化竞争新优势……在一系列组合拳之下，宝姿纺织迎来全新的发展，两年内实现销售额从几千万到破亿的飞跃。

“那时候，大家都没法出门，刷抖音成为重要的日常消遣方式，于是我们就通过抖音平台向深圳市场定向投放宣传片，基本上刷几个视频就能看到我们公司的宣传，很快就有当地大量的客户来寻样、问价，这不仅提升了当年的销售额，也让公司积累了大量的内销客户和经验，实现了内外销两条腿走路的转型。”鲍夏说道。

在鲍夏看来，外贸转内销不是简单渠道转换，而是商业逻辑的重构。为了满足客户多元化需求，宝姿纺织一方面从材料出发，在TR面料的基础上，研发出适用于冬季的羊毛面料、雪尼尔面料，适用于夏季的天丝和麻类面料；另一方面从色彩出发，紧跟当下流行趋势，让单色面料尽显时尚哲学。为满足客户快反需求，提升现货储备，构建快反供应链，同时不断优化服务模式，构建从选料到成衣的全程陪跑服务。

谈及下一步发展规划，鲍夏表示，以质量筑基、以诚信为本、以创新驱动、以服务赋能，用好数字化新工具，树立“宝姿”品牌形象，提升竞争新优势。“目前，我们正准备筹建直播团队，通过小红书、DeepSeek等新工具，抢抓AI时代新机遇，进一步拓展国内外销售渠道。”鲍夏认为，新生代不仅要传承，更要勇于创新，父母的经验让自己少走许多弯路，那么自己就要走出舒适区，在时代的坐标中重新定义自我价值。

从父母护佑下破土而出，在时代浪潮里淬炼成钢，鲍夏的创业故事折射出柯桥纺织产业代际传承的生动图景。当新生代们接过接力棒，他们正以创新为梭、以责任为线，编织着属于中国制造的新锦绣。



Focus / 聚焦

四年积淀再升级！ “柯桥优选”赋能纺织产业高质量发展

■ 本刊记者_边吉洁

品牌化是纺织产业高质量发展的关键路径，区域品牌建设则是提升产业集群竞争力的重要战略。自2021年启动以来，“柯桥优选”品牌培育和推广计划经过4年的精心打磨，已成为柯桥区重点打造的纺织品区域公共品牌，为柯桥纺织产业融入全球价值链、推动区域经济高质量发展提供了强大助力。

“柯桥优选”项目立足柯桥纺织企业的产品特色，秉持高标准、严要求的原则，从时尚表现力、科技创新力、绿色引领力等多个维度对产品进行综合评定。通过筛选细分领域具有市场竞争力的高品质面料，从国际高端视角出发，全力打造“柯桥优选”面料品牌，提升其在消费终端的影响力和渗透力，让“柯桥优选”成为品质与放心的代名词。

为进一步提升柯桥区域品牌的价值影响力，2025“柯桥优选”品牌培育和推广计划迎来重大升级。近日，2025“柯桥优选”企业动员会召开，会议深入解读了项目规划、申报与评审流程，并对全年工作进行了详细介绍。来自柯桥区的七十余家纺织企业代表参会，通过聆听讲解，对项目背景、规划要旨和申报机制有了更全面的认识。

该项目的评选工作以服装服饰面料为主，覆盖女装、男装、童装、内衣/家居、运动/休闲、户外等多个应用领域，围绕时尚创意、科技创新、生态环保三大核心属性展开评选和推广。只要是在绍兴市柯桥区内注册，符合申报条件的面料研发、生产和贸易型企业单位，均可自愿申报。考虑到纺织产品开发需要产业链上下游协同创新，



动员会现场。

项目鼓励企业与新材料、新技术和新工艺供应商、终端品牌联合申报。

中国轻纺城党工委书记、建管委主任孙伟刚表示，打造区域品牌的核心在于以品牌建设为突破口，持续提升标准、发挥优势、打造特色，推动“柯桥纺织”全面提档升级。他强调，区域品牌建设是一项战略性、系统性、长期性工程，需要政府主导、企业主体、全民参与。政企双方要提高认识，充分理解区域公共品牌建设的重要意义；要严格标准，扎实推进“柯桥优选”品牌建设各项工作；更要同心协力，共同打造具有国际影响力的“柯桥优选”品牌。

锚定柯桥打造现代化国际纺都的宏伟愿景，紧扣柯桥区域品牌升级的发展目标，“柯桥优选”将深度整合行业平台、资源、专业等多维优势，持续优化升级、广泛开展推广。随着这一品牌的全方位进阶，柯桥纺织产业也将向着更高质量、更具影响力的方向迈进。

“中国时尚女装面料第一站”系列巡展走进威海

■ 本刊记者_王耀祖

近日，“中国时尚女装面料第一站”20家旗舰店首次亮相2025中国（威海）国际纺织服装供应链博览会。此次参展作为“中国时尚女装面料第一站”系列巡展的重要一站——威海专场，通过精准对接威海纺织服装产业集群，成功打通南北保供链路，为区域产业升级注入新动能。

据了解，本次展会大树纺织、一米纺织、万格纺织等20家“中国时尚女装面料第一站”旗舰店聚焦女装面料的时尚化与功能化需求，以成衣为载体演绎面料的多元应用场景，直观呈现轻纺城面料的创新力与市场潜力。天丝、醋酸、TR色纺等多款面料产品备受客商青睐，其中万格纺织的兰精天丝与伊士曼醋酸交织类产品，以及兴发纺织的“手抓花系列”、TR色纺面料更是吸引了众多采购商驻足洽谈，合作意向热烈。

为深化产业链合作维度，实现更加精准的供需对接，“中国时尚女装面料第一站”旗舰店积极参与了2025山东省服装订单合作洽谈会。在洽谈会上，商铺与联桥集团、明远集团、瑞洋服装、芮禾菲等全国30余家服装企业进行了面对面的深入洽谈，有效对接了供需双方的需求。展会最后一天，中国轻纺城组织了威海服装企业供需对接专场，与迪尚集团、联桥集团、三阳集团等8家威海知名服装企业进行了深入的对接交流，进一步巩固和拓展了合作关系。

借此次系列巡展契机，中国轻纺城组织旗舰店先后走访了迪尚



20家旗舰店亮相威海。

集团、汇泉集团等知名服装企业，与服装企业进行了深入交流，参观了国家面料馆迪尚面料中心、汇泉集团智能生产车间等地，推动面料与服装产业的协同发展。

2024年以来，中国轻纺城集团持续深化品牌发展战略，不断延伸产业价值内涵，成功创建了“中国时尚女装面料第一站”市场品牌，并培育了一批品牌企业标杆。公司以“服务赋能+优质商户入驻+产业孵化培育”的创新创业深度服务为特色，积极走进企业、远赴米兰举办多场对接会，不断拓展合作领域和深化合作层次。

未来，中国轻纺城将秉持“走出去+引进来”的核心服务模式，不断强化和凸显“中国时尚女装面料第一站”的品牌特色。通过持续赋能市场经营户，提升其市场竞争力，进而推动柯桥纺织产业、市场整体以及企业品牌价值的同步提升，实现飞跃式发展。TA



非织造材料产业绿色发展成果亮眼。

“擦”出洁净，守护健康！

亚洲擦拭材料大会暨卫生和母婴用品发展论坛论道上海

■ 本刊记者 _ 李亚静

非织造材料产业在高质量发展和“AI+ 绿色 + 健康”战略驱动下，正在从“规模扩张”向“价值提升”跃迁：纤维新材料不断涌现，应用场景日益拓展，品种、品质、品牌持续提升，标准引领成效显著，数字化赋能、智能化转型成效明显，绿色发展成果尤为亮眼。

中国纺织工业联合会副会长李陵申在 4 月 2—3 日于上海召开的亚洲擦拭材料大会暨卫生和母婴用品发展论坛指出，近年来，非织造布领域从原料、工艺到后整理技术的持续创新赋予了一次性卫生用品新功能和更优化的消费体验，不断满足着众多应用场景的消费升级和个性化需求。

本次论坛以“聚力创新，聚焦发展”为主题，旨在为全球同业交流合作搭建平台，凝聚智慧、共谋发展，为亚洲乃至全球擦拭材料及卫生和母婴用品产业的发展注入新动能。

高端视点：看清趋势，响应市场新需求

李陵申指出，面对产业变革的深水区与战略机遇的交汇点，行业唯有以更高站位、更宽视野、更实行动，方能行稳致远。针对行业发展，李陵申提出六点建议：一是铸就品质“长城”，二是点燃创新引擎，三是引领市场需求，四是锻造品牌矩阵，五是推动融合创新，六是开拓共赢版图。

中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅以“中国非织造卫生材料产业的发展与创新”为主题作报告，分析了中国非织造卫生材料的产业现状、产业创新及未来展望。她以技术突破、应用拓展、平台支撑、标准领航概括一次性卫生用品的创新发展，分析了高清洁可冲散擦拭制品产业化关键技术等的技术特点，并指出，未来随着市场规模温和扩容，细分领域需求驱动行业增长；绿色制造将从单点突破迈向全产业链协同；品质化、功能化、多元化、绿色化发展是行业发展趋势；科技创新始终是推动行业进步的核心驱动力。

中产协卫生和母婴用品分会会长、浙江金三发集团有限公司董事长严华荣致辞提到，擦拭材料、非织造类卫生用品及母婴用品的市场需求持续增长，不仅为行业带来了广阔空间，也提出了更高要求。如何通过创新、环保和可持续发展满足日益多元化的消费需求，已成为

我们共同面临的话题。在全球化背景下，行业发展需要上下游产业链的紧密合作。希望通过平台搭建，推动中国擦拭材料、非织造类卫生用品及母婴用品行业的发展，打造共赢生态，彰显大国担当。

技术交流：聚焦“破局生长”，解码新机遇

“市场开拓和技术创新是行业发展的根本动力。”青岛大学非织造材料与产业用纺织品创新研究院院长宁新在“卫生材料的发展及创新：从市场跟随到挑战原创”主题报告中提到，现有卫生及擦拭材料的市场定义、生产装备、原材料及工艺技术均来自发达国家在过去 80 年里的创新和积累。但展望未来的发展，中国的企业必须承担并能够担负起更多的原始创新挑战。

赛得利莱赛尔业务副总经理王穗生作“莱赛尔纤维，助力卫生用品行业开启绿色未来”报告。他提到，莱赛尔作为全可生物降解的植物基纤维，高度符合擦拭行业对纤维原材料的绿色期望。莱赛尔的加入不仅丰富了市场选择，更赋予擦拭产品丝滑柔韧质感、使用时减少掉絮等特性。

Deeyeo 德佑品牌产品总监单杨以“创新破圈，增长破局：湿厕纸可持续发展之路”为题分析到，近年来中国湿巾市场的消费规模迎来快速增长，湿厕纸逐渐成为消费者品质体验的重要选择；对于湿厕纸来说，品类破圈还有较长的路要走，打消认知用户的尝试障碍，激励现有用户更多的购买，是品类发展的长远之计；日常如厕不够满意、对新体验好奇、解决经期卫生问题是湿厕纸品类的主要发展契机。

随着人们生活水平的提高，涤纶短纤的应用正在不断拓展。恒逸石化股份有限公司董事、副总裁赵东华围绕“炼化一体化企业推动涤纶短纤在非织造领域的新应用”主题，从一滴油、一根丝到一块布、一片巾，讲述了涤纶短纤在非织造布领域的创新应用。

在产业用纺织品行业迈向绿色转型的新阶段，纤维素纤维以创新

技术为驱动，提供兼顾环保与性能的可持续原料解决方案。唐山三友集团兴达化纤有限公司产品研发部部长刘辉在“共筑绿色未来，纤维素纤维的可持续答案”主题中提到，依托科技创新和可持续体系的构建，纤维素纤维突破传统材料在降解性、触感及生产耗能等领域的局限。通过可持续原料溯源与低碳生产工艺，实现从源头到终端的绿色闭环。

上海品上浆纸（集团）有限公司常务副总裁徐晨在“前世、今生与未来：生活用纸发展脉络全解析”主题分享中提到，中国的生活用纸经历了起步阶段、高速发展阶段到目前的多元化高端化阶段。行业也正从“规模驱动”逐步转向“价值驱动”。企业通过技术创新、工艺创新构建差异化优势，同时平衡高端化市场与普惠市场的矛盾，在国家政策与消费升级的双重推动下，正实现“制造大国”到“智造大国”的跨越。

生活用纸 20 世纪 90 年代初在中国形成规模化产业，随着经济增长得到了迅猛发展，已成为生活必须品。金三发卫生材料科技有限公司副总经理李学彦以“生活用纸与非织类擦拭材料的融合发展”主题分享到，非织类擦拭材料以其优良的性能和产品多样性，也进入了日常生活、医疗卫生、工业擦拭等领域。如何融合这两类擦拭材料的优点、实现绿色发展和产品品质提升，是值得行业企业共同探索的重要课题。

市场解读：消费升级，驱动革新式发展

美国非织造布协会（INDA）首席市场和行业分析师 Mark Snider 以视频形式作“2025 北美擦拭巾发展现状及全球市场前瞻”主题报告。他提到，北美非织造产业的前景是振奋人心的，不仅有利好非织造擦拭巾使用的人口趋势，非织造擦拭巾固有的工程织物特征也会带来增长。

非织造擦拭巾是一个极具吸引力的市场，预计未来五年的增长率将达到全球 GDP 的 2 倍左右。Smithers 亚洲运营总监姚佳以“全球视野下的非织造擦拭巾市场：2025 现状与未来展望”为题分享到，基于全球非织造布行业权威机构 Smithers 的市场和技术洞察，分析了主要地区的非织造擦拭巾市场情况。并从对可冲散湿巾需求的变化到目前在向无塑料湿巾转型方面取得的进展，探讨了即将出现的新技术和新产品。

宏观经济政策研究专家钟岩作“破局和重构：当前我国宏观经济形势、政策工具与人口变迁趋势”主题报告。他提到，近年来我国实施了积极的财政政策和适度宽松的货币政策，全国两会出台了一系列推动经济复苏政策。结合人口、消费的变化趋势，钟岩分析到，行业企业要进行产品结构调整，增加老年人产品，提高女性和婴幼儿湿巾的竞争力，推出新型产品。

阿里巴巴纸品行业专家吴志聪发布了“2025 天猫擦拭纸品趋势报告”。近年来天猫纸品市场规模逐年扩大，从销售额增量的驱动因素来看，除去传统品类抽卷纸线上交易体量稳步提升之外，趋势品类如湿厕纸、棉柔巾、乳霜纸、湿巾等成交增势迅猛，以擦拭功能为主的细分化场景趋势凸显。天猫纸品将货架和内容电商融合，助力品牌完成高效拉新和转化，实现趋势品类从种草到购买的完整闭环。

当前女性护理行业正经历从功能性刚需到情感性共鸣的深层变革，用户参与驱动的产品革新与可持续发展理念交织，重塑研发一生



产一触达的全链路逻辑。小红书女护纸品行业平台专家真希以“让世界看见她的需求：女性护理品的进化革命”主题分享到，当护理产品成为承载自我关怀、社会议题的复合载体时，我们构建的不只是商品，更是女性坦然对话身体的文明坐标。并提到在小红书，健康管理与文化叙事成为品牌突围新战场。

产业配套：“链”接上下游，筑牢产业筋骨

特吕茨施勒纺织机械（嘉兴）有限公司销售经理谢长永带来了“智造芯，绿引擎：可持续非织造的全球实践与未来”主题分享。他提到，环保需求促使行业探索更可持续的解决方案，推动了以木浆、粘胶及莱赛尔为代表的绿色原料的应用。环保湿巾通过创新工艺，在功能与环保性之间实现了更好的平衡，而可冲散技术的进步，则进一步结合了卫生、便捷性与生态友好性。未来，随着新型原料的开发和技术的不断改进，环保擦拭产品将在更多领域得到应用。

格域新材料科技（江苏）有限公司总裁刘万辉在“ABT 降解技术，为卫生材料行业绿色升级提供中国解决方案”报告中提到，为解决塑料难以降解的百年痛点，厌氧生物降解技术应运而生，该技术是全球领先的革命性创新技术，将为解决普通塑料无法快速降解的“世纪痛点”提供高性价比的解决方案。

包装是湿巾产品的“隐形守护者”，直接影响用户体验、产品品质及品牌价值。江西彭彩新材料科技有限公司副总经理张帅在“满足消费需求及绿色发展要求：擦拭巾创新包装解决方案”中，分析了当前擦拭巾包装之困，介绍了创新解决方案、擦拭巾包装新风尚及相关案例。

随着行业发展的持续深入，产品细分市场的持续迭代，其相关产品的质量标准 and 监管体系建设不断完善。相关产品生产经营企业在面对新机遇的同时，也面临更多的挑战。广州检验检测认证集团有限公司（GTTC）广纺院副院长王向钦在“筑牢品质基石：一次性卫生用品的质量标准与监管要求”报告中分析了一次性卫品的标准应用情况及质量抽查相关数据。

会议期间，围绕亚洲新“卫”来、绿链“智造”、解码纤维“方程式”三大主题，来自擦拭材料、卫生和母婴用品产业链上下游的 15 家企业代表展开了深度对话。

本次会议由中国产业用纺织品行业协会主办；金三发集团 & 浙江优全护理用品科技股份有限公司、河南逸祥卫生科技有限公司、赛得利集团、中国石化仪征化纤有限责任公司、唐山三友集团兴达化纤有限公司、恒逸石化股份有限公司共同承办；特吕茨施勒纺织机械（嘉兴）有限公司、郑纺机纺织机械股份有限公司、广州斯普莱技术有限公司、郑州智联机械设备有限公司、上海松川峰冠包装自动化有限公司、陆丰机械（郑州）有限公司特别协办；中纺院绿色纤维股份公司、山东鸿泰鼎新材料科技有限公司、江苏华赛尔新材料科技有限公司、江西彭彩新材料科技有限公司、格域新材料科技（江苏）有限公司协办；并得到了美国非织造布协会、欧洲非织造布协会、印尼非织造布协会、泰国非织造布行业贸易协会的支持。

会议期间，产品展示区集中展示了擦拭材料产业链上下游企业的最新技术和产品。会前还举行了中产协卫生和母婴用品分会副会长、专家委员会工作会。TA



会议为行业发展带来新思路。

解读行业运行趋势，促进企业创新提质

中国纺织机械协会第九届理事会第二次全体会议举办

■ 本刊记者_墨影 袁春妹 云娟娟 / 文 裴鑫榕 / 摄

国际上，局部地区动荡不断，贸易关税壁垒阴影也冲击着经贸稳定；国内来看，以杭州“六小龙”为代表的一系列硬核科技，重塑了全球对中国创新精神实力的认知。如此背景下，我们回归行业现状、聚焦企业自身，又该何去何从？4月1日，在浙江绍兴召开的中国纺织机械协会第九届理事会第二次全体会议，或许能给我们带来新思路。

关键词 1 宏观环境

“美国关税政策调整波及面较广，但纺织行业早有预期、有预案，行业高端化、绿色化、智能化转型升级仍在稳步推进。”中国纺织工业联合会副会长、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会会长徐迎新表示，美国加征关税影响在年初尚未完全显现，纺织行业总体实现了平稳开局：产销平稳恢复、内销温和增长、出口压力与韧性并存、投资形势平稳。徐迎新提到，目前行业主要运行指标均在预期之内，为全年打下了较好基础，但综合企业反馈及相关市场信息，目前行业订单情况远不及预期，美国贸易政策频繁变化，绝大部分企业无法化解高额新增关税成本，中小企业经营困难加剧，预计三月以后，将逐步进入减速放缓通道，部分运行指标可能出现波动反复，全年实现运行态势基本平稳的目标仍需化解诸多风险和困难。

当前影响行业运行的主要因素有：外需总体仍较为疲弱，对美贸易形势严峻；国际产业合作形势复杂；内需市场仍需全力激活等。徐迎新表示，进一步加快建设纺织现代化产业体系，提升核心竞争力是复杂环境下破局的根本途径。需要深化结构调整，增强供需适配性；强化创新引领，夯实核心竞争力优势；内外统筹协同，构建安全布局体系。

“天下有大勇者，卒然临之而不惊”。徐迎新提到，中国纺织行业作为长期在市场竞争中历经淬炼的优势产业，具备了承受严峻条件的韧性和应对化解复杂问题的能力，相信坚守建设现代化产业体系的主线方向，扎实推进高质量发展，坚定信心、主动作为，行业就一定能够在困难形势下破局前行。

关键词 2 协会工作

围绕2024年协会总体工作，中国纺织机械协会会长顾平分别就行业发展情况、党建工作、科技工作、行业标准与质量工作、国际交流与信息工作、展会与市场工作，以及协会自身建设和2025年工作布局等方面情况进行了说明。

据介绍，2024年，行业保持平稳向好发展态势，行业营业收入、利润以及出口均保持增长。这一年，协会紧密把握形势变化，围绕创新发展与产业升级主题推进行业服务。2024年行业科技创新成果丰硕，行业标准体系建设有序推进，标准宣贯实施效果显现。

过去一年，协会持续推进行业国际交流，参加了包括国际纺织制造商联合会年会在内的多个国际交流活动。在信息统计工作方面，协会对多口径数据进行了采集和汇总分析，完成了与国际纺联的数据交换，此外通过一线调研了解企业运行状况，完成了2024年各个季度以及年度的行业运行分析。协会在2024年成功举办了“2024国际纺机展”，并积极借助多个海外展会平台推进行业企业的海外市场开拓与布局。

2024年协会组织召开了第九次会员大会暨九届一次理事会、九届一次常务理事会等会议，并通过多个分会平台细化行业服务力。2025年，协会工作重点将锁定“纺织机械行业‘十五五’发展指导性意见”前期梳理，“2025国际纺机械（新加坡）”展会组织，以及各个分会工作持续推进，在信息、科技、市场等方面为行业提供服务。

展望2025，顾平表示，2025年初从DeepSeek震惊硅谷到宇树科技人形机器人引发中国科技创新价值的重估等事件，成为人们的信心拐点。同时，国家经济增长也将依靠政府刺激政策和经济结构性变化。回归纺机行业，主要运行指标仍然增长，行业发展的空间仍然广阔。

关键词 3 行业运行

中国纺织机械协会副会长刘松就纺机行业经济运行情况进行了分析。据介绍，2024年行业运行总体良好，营业收入、利润均实现了增长，但增幅逐季回落。2024年1—12月，870家规模以上纺机企业实现营业收入同比增长7.84%，资产总额同比增长3.62%，利润总额同比增长9.36%。从纺机各细分行业销售情况看，加弹机、织造机械、横机、经编机、定形机、非织造设备销量总体同比增长，纺纱机械、大圆机、长丝纺丝机销量下滑。

据海关统计，2024年1—12月我国纺织机械进出口累计总额为70.26亿美元，同比减少6.31%。其中，进口23.40亿美元，同比减少21.04%；出口46.86亿美元，同比增长3.31%。

从全球纺机市场情况看，随着全球纺织服装供应链的持续转移，越南、埃及、巴西、墨西哥的纺机进口呈现增长的态势。中国、印度、土耳其、乌兹别克斯坦、美国、孟加拉、印度尼西亚2024年纺机进口金额均有较大下滑。2024年全球纺机设备需求仍处于弱势，整体尚未出现好转，连续两年下跌。全年全球纺机出口总额估算157亿美元，同比下降11%，中国纺机出口的金额占比超过29%，占比创历史新高。

从协会对124家行业重点企业经营调查情况看，2024年，企业经营总体承压的状况较上年同期有所改善。企业生产经营中所遇到的主要问题主要集中在国内市场需求不足、价格过度竞争与生产成本上涨等方面。企业对2025年的行业形势判断较2024年更为谨慎，20.8%的企业认为形势乐观。

2025全球纺机出口金额有望在两年下跌后出现回升。但美国关税政策对宏观经济及我国纺织行业带来的不利影响将加大，我国纺机行业面临更多内需市场的波动。今年前两月我国纺机行业运行基本平稳，营收延续了去年的增长，但增幅下滑，利润下滑明显，海外市场回暖带动出口增长较大。细分行业预计分化明显，纺纱机械面临的压力较大，针织机械和织造机械部分产品面临2024年高位运行的压力。尽管面临运行波动的压力，但依托政策护航、创新驱动、内外需韧性，行业将继续向高端化、智能化、绿色化推动高质量发展。

关键词 4 技术创新

中国纺织机械协会总工程师李雪清围绕新产品研发与成果、创新平台建设、专项申报与技术推广、纺机标准化及纺机行业“十五五”等内容做纺织机械行业技术发展报告。2024年，纺织机械新产品获得“纺织之光”中国纺联科学技术奖技术发明奖一等奖1项，科技进步奖一等奖2项、二等奖6项。44项新产品、新技术通过由中国纺织机械协会主持的省部级科技成果鉴定。纺织机械305家重点企业全年获得授权发明专利673项、授权实用新型专利705项，外观设计81项。截至2024年底纺机标委会在研国家标准11项、在研行业标准38项。2项国标、9项行标由国标委、工信部正式发布。另在研中纺机团体标准5项，对外发布1项。

2025年纺机协会科技工作的重点集中在：总结梳理展望，做好行业“十五五”发展指导性意见编制工作；结合纺机协会各分会工作，做好各分领域科技日常管理工作；促进创新平台建设，做好各专项的管理与申报及创新大赛；加强纺机标准化管理，做好纺机标准顶层设计等方面。



关键词 5 展会布局

中国纺织机械协会副会长赵晓刚就展会工作进行了分享。据介绍，将于今年10月28—31日举办的2025国际纺织机械展（新加坡）侧重于面向南亚、东南亚及中东等地区的纺机用户，吸引了超770家展商参展，展出面积达6万平方米，展会运营中心已于3月27日启动。展会期间，协会将组织现场参观考察团，强化高效互动交流。

总结2024年国际纺织机械展时，赵晓刚提到，2024国际纺织机械展共吸引了1702家国内外企业参展，展出面积达16万平方米，五日展期，共迎接包括中国在内的111个国家和地区的超9万人次海内外专业观众参观洽谈。根据调查结果显示，现场专业观众对展会整体评价、参观目的实现等方面的满意度均较往届有所提高，参观2026年展会意愿更强。

2026年国际纺织机械展将于2026年11月20—24日于国家会展中心(上海)举办，报名启动时间为2025年6月18日，该展会将结合纺织行业发展需要新增纺织增强结构用复合材料设备、纺织品回收设备、数字平台、生产自动化装备、产品跟踪与追溯等多项展品类别。

关键词 6 DeepSeek & 智能体机器人

浙江大学计算机科学与技术学院副教授金小刚在主题报告“从DeepSeek看大语言模型与人工智能的未来”中，探讨了大语言模型（LLM）的技术边界、商业应用及未来发展。他指出，DeepSeek提供了一条低成本实现智能的可行路径，LLM不仅是工程化的成功，更是交互普惠的革命性工具，将显著改善人类与专业能力之间的交互方式。但同时提醒，LLM尚未解决可信问题，其算法思想仍基于连接主义，存在黑箱效应和过拟合等局限性。

金小刚强调，创新需要构建包容试错的环境，鼓励多元思维与商业模式的创新。他认为，大模型的作用在于增强思考而非替代思考，并指出，“打败你的不是AI，而是会用AI的人”。目前，大模型已在客服、法律、创意等领域落地，但在对精度和可信度要求较高的场景中，仍需依赖模型的进一步进化。

他呼吁，真正的创新是超越，是以用户为中心，拥抱AI，激发对未知的好奇心。展望未来，他提出“科学不是有限的答案，而是无尽的前沿”，并预测生成式AI将在全球范围内创造更多的经济价值。

“倒竖蜻蜓、昂首挺立、交叉换步……”杭州宇树科技有限公司技术负责人王梓宇的分享从宇树科技具身智能新物种GO2的几组动作展示开始。作为全球首家公开零售高性能四足机器人并最早实现行业落地的公司，宇树科技在机器人核心零部件、运动控制、机器人感知决策、机器人AI等综合领域持续深耕，引领行业。截至2024年宇树科技四足机器人销量占全球出货量的60%—70%，大尺寸通用人形机器人出货量全球领先，业务范围覆盖全球50%以上的国家和地区。报告中，王梓宇介绍了Go2、B2、H1&H1-2、G1及横向扩展场景外延产品的相关情况。他提到，机器人可以超越场景引领工业智能，相比于传统巡检机器人（轮式和履带式），四足机器人落脚点离散，可以适应不同地形，搭载GPS、机械臂、激光雷达等各种仪器检测设备，完成智能建造、勘测搜救、安保巡逻等一系列工作，为石油化工、电力、铁路、矿产采集提供巡检勘探、物资运输等工作和服务。TA



LAFAVEUR 芸想亮相 2025 中国国际时装周 (春季)。

LAFAVEUR 芸想：一场“她力量”的盛大赞歌

■ 本刊记者 _ 罗欣桐

3月26日，LAFAVEUR 芸想 2025 秋冬系列亮相 2025 中国国际时装周 (春季)。本场发布以“随心之约”为主题，携“轻奢时尚礼服”“新中式礼服”“繁花高定礼服”三大系列主线重磅新作随春绽放，以匠心独具的设计语言，致敬“她力量”，致敬每一位勇敢追梦、无畏前行的女性。

“她”种下的花朵与愿望

从职场精英到生活主角，从温柔母亲到追梦少女，每一位女性都拥有多面精彩。本季发布主题“随心之约”源于东方哲学中的“随心而行”，不仅是对东方文化的致敬，更是对现代女性多元身份的探索。

投身时尚产业三十多年，设计师关淑敏是“她力量”的引领者也是追随者。本季，她继续以花入衣、凭衣寄情，对 LAFAVEUR 芸想经典面料和经典廓形进行别出心裁的全新诠释，重新审视并焕新一些塑

LAFAVEUR 芸想品牌形象的经典系列，提供一种全新的多元化“她”视角——在当下与未来，现实与梦想之间随心探索，向充满想象力以及曼妙多样的“她力量”致敬。

这首赞美“她”的颂歌，随着秀场模特们的步伐翩然起伏。

散发迷人的新浪漫主义气息“轻奢时尚礼服”系列，以浪漫和优雅为设计框架，用羽毛、流苏、宝石、编结，勾勒出精致的细节。透明薄纱、丝绸、雪纺等多材质随心拼接；广绣、潮绣、苗绣、珠绣等独特钩针纱艺如艺术品般栩栩如生；从绛紫色、玫红色到黑色层层递进，镶嵌着珍珠、水晶、钻石，在秀场的灯光中，仿佛回到绚烂的黄金年代，也预示着拥有不断重塑自我、重塑时尚精神的 LAFAVEUR 芸想如同浴火凤凰，强调当代女性如何在优雅与坚韧之间找到平衡，展现内外兼修的丰盛之美。

“新中式礼服”系列富蕴东方风骨，既看得到传统旗袍的典雅，又融入现代设计的简约与时尚。腰身纤细，肩线柔和，整体线条流畅，展现出一种从容的优雅；行走时，裙摆微微摇曳，步伐轻盈而不失稳重，仿佛每一步都带着韵律，流露出一种含蓄的自信。

在设计上，盘扣、刺绣等传统元素点缀其间，细节处彰显匠心，举手投足间流露出一种细腻的美感，加入丰富的蝴蝶结、流苏、褶皱、珠饰及羽毛等现代设计元素点缀，挖肩、镂空、材质拼接等巧思，衬托如花般的女性身姿。无论是抬手转身，还是低头浅笑，每一个动作都显得从容不迫，既有古典的温婉，又有现代的洒脱，缔造一段 LAFAVEUR 芸想独有的花样年华。

作为本场发布的高潮，备受瞩目的 LAFAVEUR 芸想经典“繁花高定礼服”系列压轴登场。她宛如盛放的花朵，身披花瓣斗篷，或身着花冠造型的短款礼服，尽显曼妙曲线；她亦可化身翩跹的缪斯女神，摇曳的裙撑隐匿于廓形之下，跟随每次律动浮现伸展起伏的线条，缀饰花

朵刺绣的薄纱更添轻盈质感。

LAFAVEUR 芸想独家开发的“繁花”薄纱刺绣面料焕新演绎，奢华的大拖尾造型，彰显刚柔并济的张力美感；紧身胸衣与不对称垂褶裙摆款式同样令人过目难忘，呈现随心所欲的美人心气；点睛的斗篷造型以欧根纱、真丝精制而成，加入羽毛、繁花刺绣、如瀑布般的流苏点缀，举手投足间流露和谐韵律。

当观众沉醉在美轮美奂的礼服盛宴中，一名可爱的小花童身穿 LAFAVEUR 芸想打造的首个童装系列繁花“娃娃”连衣裙灵动走来，白色薄纱面料肌理在视觉上更添蓬松轻盈，她走过的每一步都像是在洒下点点繁花，宛如从童话故事里走出来的小公主，让全场观众为之眼前一亮。紧随其后，是压轴登场的“花魁”——采用超过 30 米独家开发繁花面料打造而成的大拖尾蓬蓬礼服裙，掀起全场高潮，奏响这首“她力量”赞歌的咏叹调。

以“繁花美学”致敬“她力量”

四季更迭，风格流转，被时光轻抚过的美历久弥新。经典的蓬蓬纱裙，是女孩与女人埋藏心底的共同记忆，关淑敏让站在时间线两端的“她”彼此映照，象征女性可以随心所欲地跨越各种界限，从容面对世界的浩瀚或微渺。这也是 LAFAVEUR 芸想一直信奉的时尚本质——通过设计语言满足一切心愿与憧憬。

当时装艺术与精湛工艺融汇交流，一段随心所欲的旅程展开无限想象。对面料和工艺近乎偏执的坚持，不仅体现在本季，也是 LAFAVEUR 芸想的长期审美观——整体上力求大气，面料和工艺注重质感，细节处又充满奇思妙想；既要端庄奢华又不无趣庸俗，更处处透露出源自传统文化的东方美学风骨。

关淑敏表示，过去的一年时间里打造了四场大秀，作为来自中国大湾区的国际轻奢女装品牌，为了打造中国时尚力量标杆，推动中国品牌力量走向世界舞台，LAFAVEUR 芸想把设计研发总部与供应链总部落户纺织服装生态港广州中大门，发挥全产业链优势，高质量发展中国高定。

当霓裳华衣悉数展现眼前，绮丽梦幻的奢华面料，以精湛工艺融汇花簇景象，与优雅流畅的廓形交相辉映，细节之处尽展 LAFAVEUR 芸想独特的“繁花美学”艺术风格，生动地彰显着中国服装品牌融汇东西、包容并蓄的时尚生命力——种下一颗叫做“美”的种子，在更广阔的土壤中，破土而出，尽情绽放。TA



璎锦 LIJIN：丝光锦宴，提花织梦，致敬非遗匠心

■ 本刊记者 _ 罗欣桐

“菰蒲无边水茫茫，荷花夜开风露香。渐见灯明出远寺，更待月黑看湖光。”在苏轼笔下，夜色中的西湖幽静空灵。千百年后的今日，这一诗情意境在中纺·璎锦的秀场上得到了具像化。

3月27日，来自浙江海宁许村的丝绸提花服装品牌中纺·璎锦，首度亮相中国国际时装周，海宁中纺面料科技有限公司总经理、海宁中国家纺城设计总监贺荣倾力呈献 50 多件提花织锦服装作品，打造了一个极具东方意蕴的精彩秀场。

本场发布的设计灵感源自贺荣的一次西湖夜游。夜西湖畔，月相变化与湖光激影泛生静谧，他又将灵动澎湃的钱塘江潮水重新着色，以衣作画，运用现代创新的提花工艺，复刻“夜西湖”和“钱塘潮”一动一静两种韵律美态，打造出兼具地域文化底蕴与现代时尚感的作品。

丝缕生辉，光影成诗

整场发布以柔美的西湖开场，随之跃入钱塘潮水的动感，最后回归西湖的宁静，象征人生从平淡到高潮再回归平静的过程。在设计与色彩方面，贺荣把金丝、银丝等点缀在礼服上，选用黑、宝石蓝、红、绿等色调，搭配紫色突出夜晚的静谧与华丽，营造“夜西湖”灯色璀璨、流光潺潺的观感。赤潮的暗红、橙色等色彩运用，则还原了“钱塘潮”涌动时产生的明暗变化。在面料与工艺方面，贺荣大量采用了品牌标志性的提花面料，利用金丝、银丝、彩丝，来表现如三潭映月的塔、断桥、树木等肌理细节。

这无疑是一场织锦提花的盛宴。作为纺织非遗推广大使，多年来，贺荣在传承非遗技艺文化属性的同时，融入现代与时尚设计，以提花工艺赋予传统织锦新变化，让非遗技艺融入百姓日常生活。

贺荣表示，提花工艺效率高、产业化快，通过数码设计软件和提花机进行精准定位，结合 3D 转 2D 设计软件等现代技术的运用，既能保证高定服装的独特性又能实现快速生产。

比如，本季系列中采用功能性收缩纱线与真丝结合，采用机器修剪和手绘工艺，打造出具有浮雕感的立体织锦面料，精美的纹样花型在服装上栩栩如生。

从指尖到云端，织锦提花的“平替”革命

从非遗手工织锦到产业化织锦提花，从面料到服装，在创新科技与先进技术的加持下，非遗织锦在国潮面料时尚化的进程中，焕发出新的产业价值。

比如，在海宁中国家纺城内的纺织非遗创意馆，由浙江理工大学与贺荣担任总经理的海宁中纺面料科技有限公司于 2023 年共同成立。馆内不仅有蜀锦、宋锦、云锦等传统技艺介绍与展品陈列，还有贺荣团队创作的各种非遗创意纹样产品，其中包括杭州亚运会礼仪服饰。

创意馆作为传承纺织非遗的产学研项目，致力推动非遗织锦的产业化与创新设计。贺荣表示，推动纺织非遗产业化的过程中，其中一个最大的挑战，是需要与传统手艺人进行大量沟通，突破他们对手工纯正性的坚持、让他们真正接受和理解产业化对非遗文化传承和推广的积极作用。

“产业化非遗纺织品不仅能普及非遗文化符号，吸引更多中端消费者，又能和更青睐纯手工制品的高端消费市场形成互补。”贺荣表示，数字赋能让手工非



贺荣推出了一场织锦提花的盛宴。

遗纺织技艺有了更广泛的表达，也传达出中国传统文化更深的内涵和底蕴。非遗工艺和科技相结合，它的文化属性和艺术精髓不变，反而可以产生时尚创新的内容。

从技艺到产业，让老手艺“潮”起来

随着新中式美学的持续升温，文化属性强的服装设计已成为彰显身份与品位的差异化选择。丰富的纺织非遗技艺也成为越来越多设计师的创意源泉。不论是个性化的设计，还是大批量的需求，都对传统手工艺提出了新的挑战。

针对“非遗纺织产业化”这一命题，海宁许村也给出了自己的答案，通过产业化路径焕发新生，在行业和社会引起了更多关注。贺荣认为，以提花织锦为例，具有设计多元化、生产效率高、快速反应、降本增效等多重优势，结合立体组织结构设计，替代传统手工刺绣，能赋予面料独特质感。

贺荣表示，通过机器生产，将蜀锦、宋锦等传统纹样转化为包包等时尚单品，既保留了非遗织锦文化特色，又实现了规模化销售。“纯手工非遗产品价格门槛高，主要面向小众群体，产业化产品价格更亲民，也能让更多消费者了解非遗时尚、亲身体验非遗时尚。”正如 2022 年推出的中纺·璎锦，打通了从技艺保护到市场落地、从非遗织锦到织锦提花服装的全链路，形成“非遗传承—创意设计—市场推广”的闭环，既尊重传统手工艺的价值，又以创新设计满足多元消费需求，推动纺织非遗的可持续发展。

从非遗到国潮，“活态传承”的通关密码

而对于“国潮面料时尚化”这一行业热点，贺荣有独到的看法和“解决之道”。“我们可以保留国潮面料的传统纹样和浓烈色彩，通过款式设计使成衣更符合现代审美；也可以彻底重构纹样与色彩，多采用米白、浅粉等素雅色调，结合如真丝羊毛混纺、亮片纱线等新型材料增强时尚感。”

贺荣表示，本次参与时装周官方商贸展会 DPARK 展以及秀场发布，收获颇丰。一方面，结识了更多设计师与行业专家，看到同行的水平实力，围绕非遗传播、行业创新、产学研合作等深入交流，探讨新技术、新产品的可能性。同时，也对接到一些有共同研发意愿的高级定制服装品牌资源。

作为纺织非遗推广大使，贺荣以技术为基、文化为魂，通过多元渠道触达目标客群，推动非遗纺织从传统走向现代，从本土走向全球。“当代设计师需平衡现代时尚与传统文化的融合，避免传统技艺被遗忘。深入钻研纺织非遗中的文化密码，赋予其现代生命力，是传承的重要使命。”未来，他还计划与雕刻、刺绣等非遗手工艺跨界合作，拓展面料的应用场景；在设计创意上，跳出地域局限，融入丝绸之路等多元文化元素，推动非遗走向世界。TA

《中式上新夜》： 解码东方美学，邂逅华服之美

2025 年是中国春节申遗成功后的首个新年。中华优秀传统文化的巨大魅力，促进了全球对中华文化的认识和尊重。同时，一批深耕中华优秀传统文化的优质电视节目火爆荧屏，《中式上新夜》便是其中之一。

3 月 30 日，由中央广播电视总台华语节目中心和央视网联合发起，浦发银行独家冠名，东方国际倾情打造，五洲传播中心、中国珠宝玉石首饰行业协会、中国服装协会支持的大型时尚文化节目《中式上新夜》在总台中文国际频道（CCTV-4）18：00 档播出，央视网、央视频、央视影音 APP 同步上线。节目深入挖掘中华传统服饰文化的丰富内涵和当代价值，借古今交融的创意表达，让传统服饰融入日常，焕发全新生机。

打造口碑精品，《中式上新夜》亮相荧屏

中华传统服饰记录着不同社会阶段的生产力水平、民生经济、思想潮流、精神信仰、审美观念，承载的历史信息极其丰厚。《中式上新夜》以中华传统服饰文化为基础，从全国范围内甄选出 400 余套中式优秀服装作品和 200 余件非遗手工艺配饰作品，通过特色单品搭配、经典影视作品场景演绎等形式，深入挖掘新时代背景下的文化内涵，打造内容丰富、互动性强、形态新颖的文化盛宴。

以服饰为切入点挖掘中华文明内涵、传承中华美学境界、弘扬中华文化精神，是一项充满价值和挑战的创新工作。在众多以衣载道的文化节目当中，《中式上新夜》以“素人展示”“情景演绎”“沉浸式参与”的全新样态和新颖视角，赋予服饰文化更丰富的展现空间，讲述服装背后的历史故事、时代精神，肩负起传统服饰文化传播的重任。

展现文化韵味，引领传统服饰时尚风潮

中国的服饰文化源远流长，有数千年的历史。漫长的历史中，中国的服饰形制与传统文化紧密相连，从皇家到百姓，人们都会按时令穿衣。东方服饰体现了“天地人合一”的哲学思想。其中，金、木、水、火、土五行对应着白、青、黑、赤、黄五色，而服饰的形制则与四季轮转、十二地支紧密相连，体现了人与自然的和谐共生。在一定时间内，人们所崇尚的某一项事物被称为时尚，中国服饰与时偕行，也诠释了“时尚”一词。

近年来，凭借独特的文化韵味，中华传统服饰迅速成为时尚领域的新焦点。节目中，来自不同国家、不同年龄、不同职业的中式文化爱好者，演绎“新国风”，诠释“新国潮”。83 岁“只穿高跟鞋的汪奶奶”汪碧云、英姿飒爽的古风模特金曼月、优雅的中国古典舞者周玉、来自法国的“中国女婿”大厨安闹闹、来自澳大利亚的中国古代文学博士安心冉、花丝镶嵌非遗手工艺传承人辜国强、中国风时尚生活博主王施涵、藏族小伙儿才让、西班牙中式文化发烧友苏诺伊、北京电影学院在读学生张芷晴……他们通过现场演绎，展现了各自对中式文化独到的理解。

品牌华美绽放，诠释时代精神的中国设计

节目可谓是中国时尚行业的顶级盛会，不仅汇聚了众多资深品牌，也吸引了大量领军品牌和新兴设计力量，展现了中国时尚的多元魅力和创新力。这些品牌持续创新，以东方美学为基因，既与传统共生，又与时代共鸣。随着中国文化自信的不断提升，越来越多的品牌致力于推动中式文化的传承与发展。东方国际集团为时尚产业的发展提供了优渥的土壤，其打造的上海时装周汇聚了海内外众多优秀的设计力量，全力构建“新中式”时尚产业经济生态圈，推动整个行业的创新与升级。节目中，不仅带来了做工精良、独具匠心的服装作品，还将中国传统服饰文化精髓与现代时尚理念及时尚需求深度融合，展现出新中式服装在全球时尚界的独特魅力与创新精神，让传统的“中式”“西式”在现代社会生活中焕发出勃勃生机。

众星闪耀，引出中国时尚产业百花齐放的一派盛景。作为东方美学的



当代发现者，例外坚持将优秀的非物质文化遗产通过当代手法应用于服装产业生产制作中，彰显中国美学、倡导中国设计的文化底色；TANGY Collection、HUANGGANG、茛拾捌、荷木 HEMU 以香云纱面料为创作素材，赋予古老的手工艺在未来世界新的生命力，丝绸、锦缎、缙、绡、羊毛、羊绒等天然纤维在设计师的巧思下展现东方元素的内敛与含蓄；SHIJIE 诗简、王紫菲·ZIFEIWANG、TUYUE 涂月、荷言 HEYEN、icut 关注传统服饰在当代语境下的承续，以当代感的高级时装结合中国文化美学的优雅内涵，结合东方美学的包容性和刚柔并济，塑造具有现代潮流的新时代文化；德锦华服、薰香、天玺、金枝玉叶、花木深则让传统东方艺术及精湛制作工艺回归当代生活，暮云灰、天水碧、松花色等吉祥色的多元化应用，海水江崖纹、云纹、莲花、祥云等传统纹样，突出了符号深处的中国传统价值观；上久楷、靓诺、谦山 ThreeIn All、关隰记、香黛宫从新时代的视角创新演绎中国文化和非遗工艺，以极致而多元的时尚态度对现代艺术、数智时尚、零碳环保进行设计再创，呈现不拘一格的先锋姿态。节目中，众多品牌华美服饰接力绽放，一场中国设计多元风格大秀点燃现场，呈现美美与共的时尚盛宴。

珠光宝气，谱写珠宝产业传承创新的时代篇章。金银交间图，中国工艺美术大师王鹏以传统雕蜡、铸造、镶嵌工艺将传统美学的韵味无限释放；海派玉雕名家孙广清以匠心设计与细腻刀工再现自然灵韵；北京绒花非遗传承人蔡志伟带来绒花复原作品，共享“头戴绒花，富贵荣华”的美好寓意；将皇家婚庆元素与葫芦造型创新融合，菜百首饰以古法花丝工艺淬炼“福禄双全”吉祥如意；七彩云南借《流金穗月》项饰演绎盘编技艺与天圆地方哲思；爱迪生珍珠诠释刚柔并济美学；北京工美创新融合燕京八绝技艺，带来了蝶舞花间的宫扇手包；梦金园将非遗花丝工艺与现代设计创新融合，彰显文化传承；以“古物新镶”为理念，植福缘将百年非遗工艺与现代镶嵌技艺创新融合；焕鸾珠宝借孔雀羽与欧泊再现非遗点翠幻境，让千年技艺焕发现代诗意；秋砚书房则重启印章实用美学，充分诠释了“方寸之间，自有天地”的东方哲思。

当前，行业内关注的绿色可持续生态议题，也是本次节目在时尚影响方面的践行指南和宣传要点。通过倡导和引领行业品牌的可持续发展，从天然生态面料、再生环保纱线、回收面料、科技环保面料、低碳绿色等全方位内容展开时尚交流，这档时尚电视节目不仅着力传播中国传统服饰的绿色可持续发展理念，更生动展现了中国时尚产业通过创新实践，正在为建设美丽中国持续注入行业力量。

身处多元文化思潮交织的时代背景下，底蕴深厚的中华传统服饰文化生机勃勃。《中式上新夜》带领观众穿越时空，感受潮流更迭中永恒的美。以美之名，与君共观盛礼。（《中式上新夜》栏目组 / 供稿） **TA**

助力纺织产业开启深绿色新征程

新乡化纤年产 5000 吨菌草生物质纤维项目投产

■ 本刊记者 _ 郭春花

3 月 28 日，新乡化纤股份有限公司于白鹭生物基新材料产业园举办年产 5000 吨菌草生物质纤维研发中试项目投产仪式。

仪式上，新乡化纤副董事长、总经理季玉栋致辞指出，菌草纤维的产业化不仅是一次技术的突破，更是一场纺织原料的绿色革命，从菌草制浆到纤维制造、从产学研合作到全产业链布局，新乡化纤始终以“创新”为笔，奋力书写高质量发展新答卷。未来，我们将努力打好“菌草纤维、首赛尔纤维、瑞赛尔纤维”三张牌，培育壮大新质生产力，助力构建具有完整性、先进性、安全性的中国式现代化绿色产业体系。

新乡菌草新材料技术有限公司总经理姚法全介绍了项目基本情况。一年来，从最初项目合同的签订到今天成功完成所有设备的开机调试，项目团队全力克服边土建边安装的交叉作业难题，积极协调作业矛盾，严格把控安全问题，同时应对安装任务重、工期短的挑战，通过安排人员加班等方式，提前完成自行组织部分的主机设备安装，并督促各安装单位加班加点赶工期，一步一个脚印，每一步都迈得坚定有力。目前，研发中试项目在各级领导的带领下已如期完成建设安装和调试阶段性任务，即将进入新的试生产阶段，我们将继续保持锲而不舍的奋斗精神，不断提高技术水平，完善生产工艺，为公司菌草纤维事业的发展做出更大贡献。



新乡化纤开启深绿色新征程。

春风浩荡满目新，扬帆奋进正当时。随着响彻云霄的爆竹声，新质生产力破土、发芽、迎风招展，公司高质量发展再进、更进、步履生春，纺织产业深绿色新征程自此全力开启。

随后，各级领导一同前往菌草生物质纤维研发中试生产车间实地观摩。公司将坚持科技创新和产业创新融合，做强做大菌草纤维产业链条，为中国式现代化绿色纺织产业体系建设再添浓墨重彩的一笔。 **TA**

永荣股份携手天辰绿能， 强强联合推动尼龙产业链高质量发展

■ 本刊记者 _ 郭春花

3 月 29 日，福建永荣锦江股份有限公司（以下简称“永荣股份”）总经理汪建根率领一支由技术研发、生产管理及新材料领域核心成员组成的强大团队前往山东淄博，与中国天辰工程有限公司旗下的天辰绿能公司（以下简称“天辰绿能”）就尼龙产业链及关键技术进行了深入的专项洽谈。天辰绿能公司高层对永荣股份团队的到来表达了热烈的欢迎，双方就多项合作事宜展开了热烈讨论并达成了多项共识。

此次洽谈，永荣股份办公室主任黄剑、技术研发副总经理付重先、永荣科技常务副总经理兼研究院 CPL 研发中心总监刘期敏等多位高管悉数出席。天辰绿能团队由中国天辰工程有限公司党委副书记、总经理梁军湘亲自带队，成员涵盖了总工程师、技术研发公司总经理等多个关键岗位，体现了双方对本次合作的高度重视。

洽谈中，双方围绕 PA66、催化剂应用、特种尼龙产品升级及纤维材料开发等多个方面展开了深入探讨。一致认为，通过加强合作，将为永荣科技在降本增效和尼龙高端市场拓展方面奠定坚实的基础。

此次合作洽谈的重点方向包括尼龙 66 技术开发及应用、催化剂技术升级以及特种尼龙纤维材料的延伸。双方计划在半光、消光 66 切片，共聚阻燃尼龙 66 等领域开展合作，并探索低粘度 66 切片的试验及应用推广。在催化剂技术升级方面，双方将共同研发己酞水合反应系统催化剂、己内酰胺氨化水解催化剂的工业化应用，以期实现降本增效。此外，双方还计划在 PA12、6T、阻燃、DT 等特种尼龙领域进行深度合作，以满足国内外服装品牌对差异化尼龙纤维及改性



双方将继续深化合作。

材料的需求。

汪建根在会谈中明确要求一是技术团队牵头草拟《战略合作框架协议》，并重点纳入技术合作、联合研发及成果转化等相关条款；二是同步建立日常专业沟通机制与专项工作组对接流程，以确保合作项目能够高效落地。在洽谈前，汪建根一行还参观了天辰齐翔产业园展示厅及天辰淄博绿能公司厂区，详细了解了天辰绿能的运营管理情况及技术开发进展。通过实地考察，双方对彼此的实力和潜力有了更加直观的认识，为后续的深入合作奠定了良好基础。

此次合作被业界视为永荣股份突破尼龙产业同质化竞争、加速开发高附加值产品的重要举措。通过天辰公司的技术转化与双方研发资源的互补，永荣股份有望在尼龙上下游产业链提质增效、在功能性尼龙纤维市场抢占先机，进一步巩固其在行业内的领先地位。未来，双方将继续深化合作，共同推动尼龙产业链的高质量发展。 **TA**

“硬核产品 + 暖心服务”， 鹰游纺机领航纺织装备新征程

■ 本刊记者 _ 郭春花

在纺织行业转型升级的浪潮中，江苏鹰游纺机有限公司以其高效、稳定、智能的设备解决方案，成为了众多纺织企业搬迁改造、升级换代的首选合作伙伴，更以其硬核的产品实力和暖心的服务，赢得客户的广泛赞誉。

今年以来，江苏鹰游纺机有限公司营销总监朱国楼频繁出现在绍兴的浙江云胜公司，督导安装新购进的鹰游高效智能设备。原来，浙江云胜公司今年实施整体搬迁改造，大手笔向江苏鹰游纺机公司购进涵盖烫光、起毛、刷毛、剪毛、定型、摇粒机等装备的5条生产线。

“这类‘整厂升级’案例并非孤例。今年已有多家客户从鹰游订购从拉毛机、烫光机到定型机全链条设备解决方案。”朱国楼介绍，客户搬新厂时，淘汰旧设备、上马最新最智能的设备生产线已成趋势。而鹰游设备凭借高效、稳定、智能的核心竞争优势，成为众多客户的首选。

硬核实力： 高效稳定智能，铸就行业标杆

江苏鹰游纺机有限公司作为连云港鹰游纺机集团有限公司全资子公司，是全球纺织后整理设备生产领域的领航者，也是高性能碳纤维成套设备专业研制企业。其生产的烫光、起毛、刷毛、剪毛等纺织专用整理设备以及高性能碳纤维设备，大面积填补了国内空白，是国内最大的纺织专用整理设备生产厂家，在全国纺织后整理设备行业稳坐头把交椅，纺织专用设备国内市场占有率高达60%，出口量更是位居全国第一。2020年，公司成为国家级专精特新“小巨人”企业；2022年11月，又荣获国家级制造业单项冠军示范企业称号。

尽管经济大环境形势严峻，但鹰游纺机的订单热度不减。在全球经济承压的大背景下，公司实现逆势增长，2024年销量同比增长40%，2025年订单也非常充足，如碳纤维设备板块要交付2万吨碳纤维设备生产线升级改造，后整理设备订单已经排到6月份，目前订单在手的有600多台。

鹰游纺机的各类后整理设备各具特色，优势显著。最新的起毛机以高效率 and 短密起毛风格赢得广泛赞誉；烫光机通过全新烫辊结构和天然气加热方式，实现高效节能与烫光效果双提升；剪毛机凭借稳定的张力和平整的剪毛效果，成为薄型织物剪毛的首选；六辊刷毛机以高速高效和稳定的刷毛张力调节机构，大幅提高刷毛效率和整机自动化程度；热吹风机运用变频高速风机和风刀技术，实现快速均匀的加热缩绒处理；摇粒机凭借一键摇粒和高自动化程度，成为奥粒绒、摇粒绒产品加工的理想设备；定型机以灵活的配置和高效的热定型效果，满足各种生产工艺需求。

在高性能碳纤维和复合材料成套装备这一充满挑战的赛道上，鹰游纺机不断突破技术壁垒，以高端化、智能化的战略眼光，引领装备产



鹰游设备成为众多客户的首选。

业向更高质量发展，为国产碳纤维装备的发展注入了新的活力。

在鹰游纺机的技术理念中，“高效、稳定”是基石，智能化是利器，三者协同发力，铸就核心竞争力。“客户对效率的追求永无止境，我们的研发必须跑在需求前面。”朱国楼透露，以前烫光机转速只有600转/分，但为满足客户提高生产效率的需求，公司最新一代烫光机转速提升至1000转/分，效率大幅提升，成为行业标杆。“根据客户需求，这个转速我们还要提高。”

在“高效、稳定”的基础上，智能化成为鹰游纺机设备降本增效的利器。近年来，公司实施纺织装备制造企业基于智能制造的个性化定制服务管理，运用生产过程智能化、流程管理数字化、制造全链服务化等先进手段，打造系统解决方案供应商模式和设备个性化定制的商业模式，实现纺织后整理设备、印染定型设备、高性能碳纤维设备、复合材料专用设备的专业化定制生产，有力推动我国纺织业自动化、信息化、智能化升级。该项目荣获第二十九届全国企业管理现代化创新成果二等奖。

暖心服务： 织密服务网络，拓展全球版图

产品是硬实力，是摆在眼前的“实在货”；服务是软魅力，是藏在背后的“暖心牌”。鹰游纺机不仅用心雕琢每一件产品，更用情打造每一次服务。朱国楼表示，自己一年中三分之二的时间都在客户企业，为客户排忧解难。据了解，鹰游纺机在全国布局了十多个办事处，技术服务人员24小时待命。

“鹰游销售人员一年一大半的时间全是待在客户企业。”朱国楼介绍，这种“贴身服务”不仅及时解决故障，还催生技术迭代。这种深度协同让朱国楼和他的同事成为行业趋势的“雷达”，从爆火的奥粒绒到各种新型功能面料，他们总能第一时间掌握市场动态，这种信息优势进一步巩固了公司的技术领先地位。

在国内市场深耕的同时，鹰游纺机积极拓展海外市场。在印度、埃及、土耳其等国的纺织园区里，鹰游纺机设备以“中国智造”的姿态重塑产业链。“当地企业最初只买单机，现在整线采购已成主流。”朱国楼表示，目前公司已在印度、埃及、越南等多国设立海外技术服务中心，将来还要在海外设立更多的技术服务中心，把鹰游纺机送到更多的新兴市场。

鹰游纺机凭借硬核的产品实力和暖心的服务，在纺织装备领域不断书写辉煌篇章，正向着更高的目标奋勇前行。TA

线上采购 ——“布”到位

国企背书 信誉保证

25年专业纺织电商平台

300万纺织会员

10万+ 线上商铺



小哥找布

找

发布采购

发布产品

☑ **海量资源：** 汇聚轻纺城源头厂家，覆盖面料全品类，满足您多样化采购需求。

☑ **专业团队：** 快速匹配订单面料及供应商信息，为您提供专业采购咨询服务。

☑ **便捷操作：** 数字化采购平台，操作简单易上手，随时随地掌握采购动态。

☑ **安全保障：** 在线担保交易，保障线上交易资金安全。

(以上数据由企业提供)

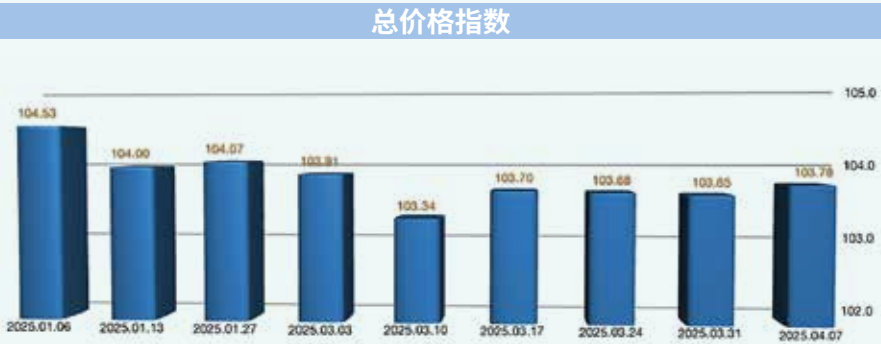


下载全球纺织网APP
一手货源，在线采购

春市营销环比回升 价格指数环比小涨

20250407 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20250407 期纺织品价格指数收报于 103.78 点，环比上涨 0.13%，较年初下跌 0.71%，同比下跌 1.14%。



中国轻纺城春市营销环比回升，其中：原料市场价量环比小跌，坯布市场价量环比上涨，服装面料市场布匹价量环比微涨，家纺类产品成交价量环比小升，服饰辅料价量明显下跌。

原料行情环比小跌，涤纶环比下跌，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于 86.40 点，环比下跌 0.10%，较年初上涨 7.23%，同比上涨 4.55%。

聚酯原料稳跌互现，涤纶行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数环比下跌。近期华东地区 PTA 现货主流 4900 元 / 吨，环比下跌 25 元 / 吨；MEG 主流 4543 元 / 吨，环比上涨 12 元 / 吨；聚酯切片市场报价基本稳定，江浙地区有光切片现金或三月承兑 6050 元 / 吨，环比持平；无光切片现金或三月承兑 6040 元 / 吨，环比持平。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格环比下跌，POY 报价 6825 元 / 吨，环比下跌 135 元 / 吨；FDY 报价 7125 元 / 吨，环比下跌 185 元 / 吨；DTY 报价 8150 元 / 吨，环比下跌 150 元 / 吨。上游聚酯原料价格稳跌互现，下游需求环比回缩，涤纶长丝在成本价格区间波动、供应相对充裕以及需求疲弱的多重压力下，行情震荡下行。

纯棉纱价格稳涨互现，人棉纱行情价稳量跌。近期，纯棉纱收报于 108.29 点，环比上涨 0.17%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比增加，价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16410 元 / 吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 21420 元 / 吨，环比上涨 20 元 / 吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元 / 吨，环比持平。纯棉纱期货价格稳涨互现，局部环比小升，现货价格局部企稳。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤 1.5D×38mm 中端实际中心价为 13410 元 / 吨左右，环比下跌 280 元 / 吨。粘胶短纤成本端表现一般，场内交投活跃度一般，业者多持谨慎观望态度，粘胶短纤市场价格弱勢下跌运行。人造棉收报于 68.56 点，环比下跌 0.20%。下游人棉纱企业按需补货，需求仍没有起色，依旧弱勢，下游人棉纱市场成交环比回缩，价格基本稳定。30S 人棉纱价格报 17400 元 / 吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18500 元 / 吨左右，环比持平。

坯布行情环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 108.46 点，环比上涨 0.92%，较年初下跌 9.03%，同比下跌 7.07%。

近期，坯布市场营销环比推升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比推升，坯布价量环比上涨。其中：化学纤维坯布指数收报于 104.76 点，环比上涨 0.65%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比上涨。天然纤维坯布收报于 151.37 点，环比持平，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比持平。混纺纤维坯布收报于 103.76 点，行情环比持平，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比持平。

服装面料微势回升，价格指数环比微涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 109.90 点，环比上涨 0.04%，较年初下跌 5.80%，同比下跌 6.19%。

本期服装面料类价格指数环比微涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售微势回升，春季面料下单微势回升，夏季面料下单环比小增，对口客商入市认购逐日小升，服装面料价格指数环比微涨。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料、时尚面料成交量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比微涨。

从服装款式上看，家居服装类上涨 19%，运动装类上涨 0.18%，大衣类、帽子类上涨 17%，西装面料类、内衣面料类均上涨 14%，功能面料中阻燃性能面料环比增长 0.07%，速干性能面料环比上升 0.05%，防风性能面料环比上升 0.01%。从面料工艺分类，针织工艺面料销售环比增长 0.06%，染色工艺和印花工艺均上涨 0.01%。

家纺市场环比推升，价格指数环比小涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.73 点，环比上涨 0.10%，较年初下跌 1.12%，同比下跌 1.63%。

本期家纺类价格指数环比小涨。近期，家纺市场行情环比推升，整体市场价格环比小涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比推升，兼具时尚元素的创意产品现货成交量和订单发货量环比增加。其中：窗纱类现货成交和订单发货明显推升，价格指数呈环比上涨走势；其他家纺类现货成交和订单发货环比推升，价格指数呈环比小涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比小涨。

市场行情明显回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 112.37 点，环比下跌 2.25%，较年初下跌 14.25%，同比下跌 13.10%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交明显回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。服装辅料类行情明显回缩，价格指数呈一定幅度下跌走势。其中：花边收报于 176.46 点，环比下跌 0.90%；打孔圈收报于 99.69 点，环比下跌 0.94%，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小升走势。清明假期后，因部分贸易商和织造厂家创新产品订单将有所增加，后市春夏季面料供给将有所推升，春夏季面料现货成交和订单发货将局部小增，织造企业开机率将环比推升，印染企业产出将环比小增，预计创新产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现震荡小升走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数” 编制办公室

中文网址：http://www.kqindex.cn/ 英文网址：http://en.kqindex.cn/

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651



纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2024年底，纺织之光科技教育基金会已支持纺织科技奖1804项、优秀教师和学生4912名、优秀教学成果3120项、针织科技创新贡献成果145项、应用基础研究103项、科技成果推广355项、全国纺织行业技术能手397名、技能人才培养突出贡献单位43家、个人16人。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超2亿元，对促进纺织科技教育事业发展起到了积极的推动作用。

宗旨: 科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光
微信公众号

HONGMIAN



营业
时间

周一至周五: 8:00 — 18:00
周六至周日: 8:00 — 20:00

地址: 广州市环市西路184号
www.hongmian.com

