TEXTILE & APPAREL WEEKLY

权威/时尚/专业/为中国纺织服装行业发声

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　2025.06.23 | 第22期 | 总第1222期

P14

30＋柯桥纺企“链”动齐鲁

P22

产业链深度调整，中国纺机“韧性破局”

P08

四展共振，解码产业新动能

2025大湾区国际纺织服装服饰博览会圆满收官

中国纤维流行趋势
CHINA FIBERS FASHION TRENDS

中国纤维流行趋势报告

CHINA FIBERS FASHION TRENDS REPORT

中国化学纤维工业协会 流行趋势研究与推广工作室

中国纤维流行趋势公众号

中国纤维流行趋势小程序

《中国纤维流行趋势2025/2026》汇集了年度科技、绿色、时尚、健康等方面前瞻性的纤维品种，深度剖析中国纤维多维度创新方向、制备技术、性能优势及其在服装用、家纺用、产业用等领域的应用趋势，明晰市场需求，为企业研发提供思路，为纺织化纤及产业链相关企业提供战略发展方向。

订购热线联系人： 杨涛 1831 011 2292（同微信）

广告

EAST MARKET 中国轻纺城 东市场

中国时尚女装面料第1站

THE FIRST STOP FOR FASHIONABLE WOMEN'S CLOTHING FABRICS

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 淼 余 辉

融媒体中心
总监 徐长杰（兼）
副主任 耿 聃
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 许依莉 牛学辕

市场推广中心
总监 吕 杨
副总监 罗欣桐
主任 雷 蕾 王振宇

浙江运营中心
总监 赵国玲
副主任 王 利
记者 边吉洁 王耀祖

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：北京市东城区东四西大街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：textile
台湾地区合作媒体：

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*
以赛为媒，奋进“乒”搏！
北京实施扩大时尚消费专项行动
聚力打造湾区服装品牌新高地
北大领衔三高校齐聚永荣股份，携手签约共启纺织数字化转型新程

08 特别报道 *Special*
四展共振，解码产业新动能
商机永续，融链共生
中国原创女装力量冲击波！
内联外拓、实效显著
彩虹迎喜，晚霞相送

14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*
30+柯桥纺企“链”动齐鲁，以对接会加速织密产业合作网
宇华控股：以双引擎驱动转型升级
绍兴绣花艺术展示中心在柯桥开启

18 棉纺 *Industry*
色织布稳中提质加速高端化布局

19 化纤 *Industry*
桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 静态展：释放三大需求信号 纤塑价值，共创未来

20 产业用 *Industry*
小纤维撬动大产业

22 纺机 *Industry*
产业链深度调整，中国纺机“韧性破局”

23 市场 *Market*
广州 500 多家专业市场加速“三融合”

24 观察 *Observation*
新“国九条”对纺织服装上市公司的影响

26 指数 *Index*
市场营销震荡回缩 价格指数环比下跌

袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

PRICE WAR

价格之战，难成赢家

最近又听到纺织圈里有人吐槽，说某某企业在无底线降价。其实，这些年时常听到类似声音，大家鄙视那些“低价”竞争者，说他们是搅局人，他们的行为是损人不利己的，甚至一些原本在“价格”方面守得很好的企业，也被拖进“低价”竞争的泥潭里，其发展陷入两难境地。

我相信，这种现象绝非仅存在于纺织行业，毕竟价格一直都是企业进行市场竞争的重要手段。

说到这儿，我就觉得咱们行业人果然是实在的，价格说降就降，被客户和同行牵着鼻子走。

看看人家奢侈品行业怎么操作？

成本变高了，“我们不得不涨价”；市场需求好了，“我们得涨价”——有公开数据显示，从 2020 年到 2023 年，奢侈品行业平均涨价的幅度达到了 36%。

当然，奢侈品有他们的特性，品牌力足以护航他们的高利润。打造品牌力的方式和难度暂且不谈，他们“降价”的方式，我们也许可以借鉴。

再牛的产品和品牌，都很难保持住一路上涨的状态，比如近两年，经济大环境导致的奢侈品消费人群流失，“大牌”们早就开始琢磨如何吸引中产阶级。值得关注的是他们的一些做法，比如不对现有商品进行直接降价，而是采用“新品新价”，大家也不难发现，这个所谓的“新品”很有可能就是对前一版产品进行了小的改动，由此而产生的“新品”，尽管相似度很高，但却是以更亲民的价格走向市场，为“降价”设置了非常隐蔽的通道。

反观行业内，以纺机领域为例，有些企业产品刚一推出，价格就在“摇摆”，再往后，面临市场竞争压力，产品价格就会“一路下行”，甚至出现“没有最低只有更低”的状况。这便是大家常常提及的“卷价格”，如此“卷”到最后，不仅自己无利可图，但凡同类产品都会被殃及。其实，平移奢侈品行业“策略性降价”的做法也未尝不可。

当然，行业里也有一些企业的新品新价是非常值得推崇的，附加了更高的性能、更多的功能，甚至拿出人无我有的产品，如此便有了门槛和绝活，短期内被“卷”进价格战的概率相对而言就会变小些。

不过，入这个门儿，也得“卷”，要卷自己、卷技术，其中要吃的苦肯定也不会少。

如今的市场就是这样，大多数的赛道都不可能允许你以散步的模式行进，需要有十分定力和百倍努力，去成为那个可以在相关领域“玩儿明白的人”，不管是营销技巧还是创新能力。如此，价格挖的坑，大家就可以有底气地越过。

View point / 产经看点

5月份，社会消费品零售总额 41326 亿元，同比增长 6.4%。其中，除汽车以外的消费品零售额 37316 亿元，增长 7.0%。1—5 月份，社会消费品零售总额 203171 亿元，增长 5.0%。其中，除汽车以外的消费品零售额 184324 亿元，增长 5.6%。

——国家统计局

国家外汇管理局 6 月 17 日公布的数据显示，5 月份，境内外汇供求总体平衡，外汇市场运行平稳，跨境资金延续净流入，企业、个人等非银行部门跨境资金净流入 330 亿美元。

——经济日报

海关总署 6 月 15 日发布数据显示，我国对中亚五国进出口已由 2013 年的 3120.4 亿元扩大至 2024 年的 6741.5 亿元，增长 116%，年均增速达 7.3%，高出同期我国整体进出口年均增速 2.3 个百分点，双边经贸往来持续深化。

——新华社

据国铁集团消息，今年 1—5 月，全国铁路发送旅客 18.6 亿人次、同比增长 7.3%，创历史同期新高。

——光明网

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

Scene / 现场

以赛为媒，奋进“乒”搏！

2025 年中国纺联第二届职工乒乓球比赛圆满举办

初夏的北京，活力涌动。近日，由中国纺织工业联合会党委主办，中国纺联工会、党办、团委、职工运动健身社共同承办的中国纺联第二届职工乒乓球比赛在北京火热进行。此次赛事以“团结奋进、强健体魄”为主题，旨在通过体育竞技的激情，传递活力、凝聚精神、增进交流，生动展现中国纺联职工昂扬向上的精神风貌，推动践行“四有”文化理念，促进全员健身运动深入开展。中国纺联会长孙瑞哲，会领导夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、阎岩出席活动。

中国纺联领导与参赛人员、志愿者合影。

中国纺联党委副书记陈伟康在热情洋溢的开幕致辞中表示，此次比赛必将增进各单位特别是同志们之间的交流和友谊，充分展现中国纺联职工勇于拼搏的进取精神和良好风貌，促进团队协作精神和凝聚力的提升。相信本届比赛将为中国纺联的文化建设、践行“四有”文化理念、提升队伍建设注入新的动力，把中国纺联积极向上的氛围推向一个新的高度。他鼓励全体参赛选手要赛出风格、赛出水平。

随着总裁判哨声吹响，一天的比赛正式拉开战幕。本次赛事设置男子单打、女子单打及混合双打三个项目。比赛激烈有序，多场比赛打满局数，比分胶着，悬念迭起。选手们全神贯注，小小的乒乓球在他们手中仿佛拥有了生命，发球、拉球、扣杀，每一次精彩的多拍回合都赢得满堂喝彩，展现了中国纺联职工勇于胜利的风采与活力。一天的激烈鏖战后，中国纺联会长孙瑞哲和副会长徐迎新分别与参赛选手代表进行了友谊赛，将全场氛围推向高潮。随后，中国纺联领导为获奖选手和特别贡献奖获得者颁奖。

汗水浇灌友谊，拼搏凝聚力量。走下赛场的选手们，脸上洋溢着运动后的酣畅与收获的喜悦。他们纷纷表示，比赛不仅是球技的切磋，更是体魄的锤炼、友谊的升华、团队精神的熔铸。不畏强手、敢于亮剑的拼搏精神，正是中国纺联职工砥砺前行、勇攀高峰的生动写照；银球飞舞、声声喝彩，彰显了中国纺联广大职工正以更加昂扬的姿态，在中国纺织业高质量发展的新征程上奋力挥拍。（耿聃）

Focus / 聚焦

聚力打造湾区服装品牌新高地

中国纺联秘书长夏令敏一行调研虎门

为深入推进粤港澳大湾区纺织服装产业高质量发展，探索服装商贸流通领域的创新升级之路，6 月 12 日，中国纺织工业联合会秘书长夏令敏一行赴广东东莞虎门调研。调研组先后走访富民时装城、虎门会展中心、虎门富民商城等市场平台，深入了解虎门在品牌孵化、渠道拓展、展贸一体化、品牌出海及数字化建设等方面的最新进展，共同探讨虎门服装产业发展新路径。

在虎门富民时装城调研中，夏令敏一行实地了解市场运营模式、新产品研发、商户品牌建设情况与渠道拓展成果。服装产业是虎门重要的支柱产业，多年来，作为中国服装品牌的重要孵化地，虎门富民时装城孕育了众多知名品牌，但如何为这些成长型品牌提供更高能级的承载平台，进一步提高虎门服装品牌影响力，成为当前亟待解决的问题。对此，广东虎门富民集团党委副书记、总经理黄堪军坦言，集团正肩负着推动“虎门品牌”再上新台阶的使命。他介绍，富民集团正着力构建集“线上商城 + 线下展销 + 品牌出海”为一体的服装生态体系：在线上端，依托数字工具推动私域裂变营销；在线下端，将打造永不落幕的品牌展销平台，引入品牌展厅、休闲消费区等功能模块，全面升级客户体验；在出海端，将与东莞港务集团合力推进“虎港供应链”项目，推动虎门服装品牌走出国门，链接国际市场。此外，集团还将链接文旅等资源，借助虎门特有 IP 通过创品牌、搭平台等方式，为产业升级构建良性发展生态。

在随后的座谈会上，夏令敏对富民集团所展现出的创新视野、务实精神以及在推动本土品牌成长方面取得的成绩给予充分肯定。他指出，富民集团一系列的创新举措不仅是集团自身业务提升的表现，更是肩负虎门服装产业转型重任的重要抓手。针对下一步工作，夏令敏提出三点指导意见：

调研组走访多家市场平台。

一是明确服务核心，激发商户主动性。平台的服务核心是广大中小企业和成长型企业，要在提供机遇与流量的同时，更要注重引导和培育商户，激发其内生动力，形成发展合力。二是强化专业运营，以人才驱动发展。他建议借鉴成功企业的运营模式，组建专业化、小组化运营团队，形成专业分工、协同共进的机制。三是建立容错机制，鼓励大胆探索。他表示，产业升级是一个探索的过程，要给予团队时间和空间，在试错中成长，在探索中前进。

夏令敏强调，虎门服装不仅代表着区域产业的历史积淀，更承载着粤港澳大湾区时尚产业再出发的时代使命。“虎门富民商城”项目要通过平台建设与服务模式升级，为中小品牌提供真正可持续的发展载体。中国纺联也将持续提供资源与平台支持，助力虎门服装对接世界，推动虎门服装品牌再上新台阶。（综编）

Direct / 直击

北京实施扩大时尚消费专项行动

日前，北京市商务局、北京市经济和信息化局、北京市文化和旅游局、北京市体育局联合发布《北京市扩大时尚消费专项行动方案》，北京将通过时尚场景育新、时尚品牌创新、时尚产业赋能等行动举措，丰富时尚消费供给，彰显首都时尚魅力。

《行动方案》主要内容为“5+4”框架，包括 5 大专项行动和 4 项保障措施，共 21 项任务。在时尚场景育新行动中，《行动方案》提出构建多元融合集聚区。加快规划建设四片国际消费体验区，开展多维度、差异化、特色化精细引导，构建兼具国际化与本土化的时尚消费空间体系，服务多层次时尚消费需求等。在时尚活动提升行动中，《行动方案》要求打造时尚类活动风向标。推动中国国际时装周、北京时装周提升国际化、专业化程度，与商圈商场、文化旅游园区等联动，推出首发上新、时尚秀场等活动。在时尚品牌创新行动中，《行动方案》强调，打造全球首发中心，支持商圈商街商场改造提升，鼓励商业运营主体积极吸引全球优质品牌在京设立首店、旗舰店、创新概念店等。（郝杰）

闽南理工学院举办服装人才培养成果作品展演

6 月 9 日，以“生生不息”为主题的 2025 年闽南理工学院服装人才培养成果作品展演活动在泉州举办。展演按照人才培养阶段性课程作品成果和毕业设计作品成果两部分向在场观众进行展演发布。参演服装涵盖男装、女装、运动休闲服装等门类，具体呈现服装与服饰设计、服装设计与工程等专业 70 余名学生的设计成果。

参演服装涵盖男装、女装、运动休闲服装等门类。

据悉，今年该校服装专业作品成果发布以“生生不息”为主题，构思来自中国文化典籍《周易》。面对当今变化莫测的复杂环境和局势，生命富有韧性，能够越来越繁盛。将此寓意赋予作为新事物的现代产业学院，并赋予每位学子、赋予专业、赋予学校、赋予行业和社会，展现本次作品成果对时势的理解和诠释。

福建省现代服装与配饰产业学院是该校 2023 年 8 月立项建设的省级现代产业学院，主要服务福建省“六四五”产业新体系现代纺织服装产业发展，服务泉州纺织鞋服产业集群及国家级产教融合试点城市建设，面向区域经济社会发展需求培养高素质应用型人才，打造融人才培养、企业服务、科研创新、就业创业为一体的应用型人才培养平台。（郑高杰）

Company / 公司

北大领衔三高校齐聚永荣股份，携手签约共启纺织数字化转型新程

近日，一场备受瞩目的产学研交流活动在福建永荣锦江股份有限公司展开。北京大学教授梅宏携手上海交通大学、东华大学团队一行到访永荣股份，就纺织产业数字化转型进行专题调研，并成功与永荣股份签署合作协议。

座谈会上，永荣股份董事陈飞详细介绍了永荣股份的发展历程、产业布局及数字化转型成果。教授团队与永荣股份代表围绕纺织产业数字化转型展开深入交流。梅宏强调，传统制造业与新一代信息技术融合是必然趋势，永荣股份的实践为行业提供了宝贵经验。上海交通大学教授黄林鹏、东华大学教授万燕等多位专家结合供应链数字化协同、工业互联网应用等方向提出建议，双方就技术痛点与解决方案达成共识。

在众人见证下，北京大学与永荣股份共同签署合作协议。此次合作聚焦工业智能化、数据驱动创新等领域，旨在整合高校科研资源与企业产业优势，助力永荣股份打造数字化转型标杆。随后，梅宏一行还参观了永荣股份数字化生产线，对公司的智能化成果给予高度评价。

永荣股份始终将科技创新视为核心竞争力。此次与国内高校专业团队的合作，标志着公司在智能化转型道路上迈出关键一步。未来，双方将持续探索技术突破与应用场景创新，推动纺织行业向高端化、绿色化、智能化发展，为中国制造业升级贡献更多力量。（郭春花）

海阳科技登陆上交所，深耕尼龙 6 领域树行业典范

6 月 12 日，海阳科技股份有限公司在上海证券交易所主板挂牌上市，标志着海阳科技进军资本市场征程迈出重要一步。

随着国内经济持续稳健增长，民众生活水平显著提升，我国尼龙 6 相关产业，包括民用纺丝、产业用丝、尼龙工程塑料及尼龙薄膜等领域，均呈现出蓬勃发展的态势，进而推动了尼龙 6 切片市场需求的稳步增长。作为尼龙 6 系列产品研发、生产及销售的佼佼者，海阳科技产品在业界享有广泛声誉，深受众多知名客户的青睐。

自成立以来，公司一直十分重视研发团队的建设，拥有优秀的研发团队，具有研发与产业化高度融合的聚合、纺丝研发平台。2019 年以来，主持研发省级新产品十余项，经江苏省工信厅鉴证，均为国内先进或国际先进水平。在新产品开发过程中，坚持走高端产品路线，在行业中形成了较高的知名度，利用与产业链后端即纺丝、织布客户合作机会，及时反馈终端客户需求，并将研发推导至产业链前端进行联动研发，增强了研发有效性。

海阳科技成功上市，不仅有利于实现规模化生产经营，提高生产技术和装备水平，还能增加公司在行业中的竞争力。未来，将在以锦纶 6 材料为主线的多元化发展战略基础上，保持原有优势产品的规模优势；持续保持较高的研发投入，以市场需求为导向，开发一批、量产一批，逐步增加共聚、共混、原位改性等新产品规模，扩大差异化产品产能，提高整体生产规模及各主要产品市场占有率。（海文）

四展共振，解码产业新动能

2025 大湾区国际纺织服装服饰博览会圆满收官

■ 本刊记者 _ **陶红　董笑妍　王利**

2025 年 6 月 13 日，大湾区国际纺织服装服饰博览会（简称“大湾区纺博会”）在深圳会展中心（福田区）圆满收官。本届大湾区纺博会集结 Intertextile 大湾区国际纺织面料及辅料博览会、大湾区国际女装展览会（BIRD）、yarnexpo 大湾区国际纺织纱线博览会、PH Value 大湾区国际针织博览会，形成“四展联动”新格局，有效促进了产业链上下游的高效对接，为供需双方创造更多商贸机会。

值得一提的是，本届纺博会完整呈现了从纤维纱线、面料辅料到服装成衣、智能制造及配套服务的全产业链创新成果，成功打造了一场集商贸对接、趋势发布、技术交流于一体的湾区国际化纺织行业盛会，也为纺织产业的未来发展注入了强劲动力。

商机永续，融链共生

2025Intertextile 大湾区面辅料展闭幕

商潮澎湃，未来已至！ 6 月 13 日，为期三天的 2025Intertextile 大湾区国际纺织面料及辅料博览会（简称“2025Intertextile 大湾区面辅料展”）在热烈的商贸氛围中圆满落下帷幕。

“黄金 72 小时”里，2025Intertextile 大湾区面辅料展化身纺织商贸的区域枢纽。来自全球的展商与专业买家在此汇聚、碰撞、交流。产业链上下游在此高效对接，合作的火花在此点燃，商业价值在此创造，“看风向、获订单、拓渠道、链资源”成为贯穿始终的“最强音”，创新、合作与未来趋势在此澎湃涌动。

商贸专场：精准高效，价值跃升

2025Intertextile 大湾区面辅料展精准锚定“高效、高频、专业”核心价值，匠心打造高浓度商贸对接矩阵。多场主题对接直击供需核心，为采购决策者与创新展商构筑精准匹配、高效履约的战略通道，让每一次深度洽谈都成为撬动高价值商贸机遇、奠定战略合作基石的关键支点。

三日聚力，商贸生辉。随着“LAFAVEUR 芸想”香港高定女装专场、“欣贺 XINHE”厦门高端女装专场、非洲及东盟国家海外特邀商贸对接专场、设计师品牌孵化平台专场、深圳电商供应链专场等对接会高效推进、密集落槌，品牌方核心诉求得到精准响应，纷纷表示来年继续参加；参展商满载而归，锁定订单意向，高度认可商贸实效。

展会期间，芸想品牌创始人兼设计师关淑敏积极为自己的定制女装以及与品牌合作的产品线寻求各种面料产品。她很高兴在商贸对接区见到的供应商们带来了各种适用于中高端产品线的面料产品。除了详细了解和咨询，她也热情邀约新认识的供应商到其位于广州的工作室进一步面谈。对于专场商贸对接，她表示能在短时间内接触到如此丰富的面料产品，极大方便了设计师，节约了大量的时间成本。

在与芸想进行对接后，东莞市昌发服装辅料有限公司的杜先生非常着急地回展位准备样品，准备再进一步的沟通交流。张家港汲利恒徽纺织科技有限公司的市场负责人则是带着针织羊毛面料来的，他表示细分小众领域的参展商特别担心展位在茫茫人海中被淹没，而提前匹配需求的专场商贸对接，为他们提供了很大便利。

而在欣贺专场对接会期间，该公司设计部主管带着找寻适合 26 春夏女装面料的目标到场对接。她希望能找寻到具有一定功能性且含有特殊成分的面料。经过一个小时的密集洽谈后，她选定多家潜在供应商。参与这场对接的绍兴宏杰纺织科技有限公司汪总表示，商贸对接会精准推荐供需双方，并且还有单独洽谈的区域，可以不受干扰地一对一详细沟通，让商贸洽谈效率直线上升。福建省福州市航锦针织有限公司的市场代表笑称与品牌其实是老客户关系了，这次参与对接是希望可以在品牌的不同产品线上有更多的合作机会。

在非洲及东盟国家海外特邀专场，买家代表、来自摩洛哥的 TBC Fabricante de ropa EssaihiMarouane 代理人表示，这里展区很大、展商很多，很多供应商带上了他们的特色产品供其挑选。他非常感谢主办方给予的这个洽谈机会。

在专场海外对接会有所收获的参展商不在少数。惠州市擎瀚服饰辅料有限公司的代表表示，“我们特别需要来自海外的采购商。这次的专场对接，对于我们来说是非常难得的商贸机会。”

南通祥泽纺织有限公司的曾先生也有所收获，海外采购商对于他们企业在西班牙和越南也有工厂生产功能性面料这一点非常有兴趣。大家已经交换了名片，约定后续详谈。

上海北麻实业有限公司的销售代表表示，商贸对接专场的效率非常高。不到一小时的时间，洽谈了 5 家来自东盟地区的服装采购商代表，其中有 4 家都对自家的亚麻面料产生了极大兴趣。他要赶紧回到展位为潜在客户们邮寄样品。

采购团组：需求澎湃，全面覆盖

2025Intertextile 大湾区面辅料展再次见证规模与专业的强强联合，通过“国际化视野、垂直专业深度”双轮驱动，以阵容空前的海内外专业买家团组成功构筑辐射全球的采购资源聚合中枢与价值共创高地。

三天时间，来自欧亚非三大洲的海外买家、实力雄厚的粤港澳采购团、眼光独到的买手团组、引领市场的头部服装品牌买家强势集结；同时来自各大行业协会、产业集群与专业市场、院校与科研机构、技术服务与检测机构等各领域的参观团共襄盛举，庞大的采购需求与深厚产业智慧在此交融，释放出磅礴的商贸动能。

参观 Intertextile 大湾区面辅料展多年，这里早已成为纺织产业资源对接的黄金平台。广东臻源纺织科技有限公司的李柱燕在和几家参展企业深入交流后，发现了不少互补性合作机会。希望后续能通过资源整合，打造更具影响力的品牌。

广州市纺织协会钟灵燕认为，在这里不仅看到很多优秀的面料企业，还能接触到染料助剂等上游供应链企业，一站式完成对产业的整体探查，这种资源整合能力让展会的价值远超预期。

“作为传统纺织企业，我们一直在寻求数字化转型。”深圳市欧依诺服饰有限公司杨勇表示，本次接触的智慧供应链服务、绿色解决方案，为他们提供了新方向，已和几家企业达成合作共识，后续会联合探索数字化服务新模式。

全球消费市场对绿色、智能产品需求激增，大湾区面辅料展上的 Intertextile 优选荟、Fashion Gallery 展区令人眼前一亮。溢达集团孙菁提到，他们与其中几家企业已经进行了初步沟通，希望通过联合研发，推出符合市场需求的环保产品。

在展会上，不仅能直观感受到市场最前沿的需求脉动，更能了解到终端客户对产品的真实反馈，这让企业对产品研发方向有了更清晰的认知，也收获了许多跨领域合作的灵感。

参展商：遇见机遇，链接全球

2025Intertextile 大湾区面辅料展不仅是展示实力的舞台，更是遇见海内外专业买家、拓展全球网络的绝佳窗口。“效果远超预期”“明年一定再来”“遇见真正懂行的伙伴”“三天接待了 20+ 位欧美专业买手”“科技感展品成了打卡点”“样品被抢订一空”……现场，众多优质展商携前沿新品与创新成果精彩亮相，让创新产品精准触达目标客户。

Kirari 株式会社负责人在展会期间接洽了很多意向客户，该展位产品主打时尚快反，现货直供。自主研发的醋酸、铜氨等差异化面料被多次询问，中国上海仓可做到三天现货交付，满足设计师工作室小单快反的核心需求。

小原屋纤维株式会社专注棉麻混纺、羊毛等可持续天然面料，“一卷起订”的柔性供应模式吸引采购商踊跃洽谈。相信会在这里挖掘更多商机。

Tstextile Co Ltd 展位代表提到，公司专攻改性涤纶女装面料，他们看好中国庞大市场，尤其看重深圳前沿设计力和区位辐射效应，三天时间遇见了很多潜在客户，对接效果显著。

据 AiDA 平台展位负责人反馈，本次展会该公司展位客流量大，一直不间断，他们在不停地讲解 AiDLab 首创 AI 协同设计平台(AIDA)，大家对“10 秒生成原创系列，支持情绪板、草图导入快速迭代”的功能十分感兴趣，纷纷动手体验。企业已与意向客户交换名片，展会结束后会继续联系洽谈。

浙江某面料企业负责人同样十分兴奋，他表示该公司的新品 UV 防护 + 吸湿排汗双功能衬衫面料一经展出就吸睛无数，开展首日即接洽了超过 20 家品牌采购商，三天时间展位客流不间断，收获颇丰。

线上线下：双向赋能，全域联动

本届展会再次突破时空界限，实现全域引流与声量共振。线下展会现场，火爆的打卡氛围与热烈的互动交流点燃商贸热情；线上则通过“Intertextile PLUS+”、“循碳记”、小红书等多元渠道合力掀起传播浪潮，实现现象级“出圈”传播，成功突破行业圈层，触达更广域的目标受众，将展会影响力辐射更广。

作为纺织行业的“超级助手”，Intertextile PLUS+ 数字化服务平台 24 小时不打烊，积极构建全域传播网络，为展商提供全方位数字支持，实现线上线下全渠道精准引流，为企业的业务增长提供持续动能。

帷幕虽落，精彩永续。这股由“黄金 72 小时”所引爆的无限商机与创新活力并未随展会的闭幕而消散。它正以惊人的速度持续涌动、澎湃向前，展会期间达成的初步意向、敲定的战略协议、碰撞的创新灵感……如同播撒的种子，将在展后迅速生根发芽，转化为实实在在的商贸成效，新合作、新项目、新趋势将加速启航。

中国原创女装力量冲击波！

2025 大湾区国际女装展览会（BIRD）收官

6 月 11—13 日，蓄势已久的中国原创女装力量，在深圳会展中心（福田）炽热绽放——2025 大湾区国际女装展览会（BIRD）隆重举行。本届展会由中国服装协会主办，意法商业集团、深圳金晖南油时装原创中心、郑州银基广场、广州白马服装市场联合主办，兼具市场活力、原创设计实力与创新营销能力的中国优质女装品牌齐聚一堂，共同呈现中国女装产业的活力向上与蓬勃生机。

活力，体现在展商灿烂的笑脸上

“本届展会的举办，承载着参展企业在变革中的坚定信心，凝结着商家、买家跨越山海的真挚期待，更离不开各联合主办方的精诚合作。让我们携手共进，在全新的发展时期，共创纺织服装产业更有韧性、更富活力、更具魅力的未来！”中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏在开幕致辞中表达了对本次展会的期待与信心。

34000 平方米展区内，来自全国各地的 500 余家优秀女装品牌展位前人潮如织、摩肩接踵。

步入展馆，即刻被一股蓬勃涌动的中国女装原创设计力量所包围。这些品牌的产品，以其精湛工艺、对流行趋势的敏锐捕捉，以及融合东方美学、探索可持续时尚的创新活力，自信地征服着全球买家的目光。海外买家、媒体在品牌展位前止不住地赞叹：“中国女装供应链的反应速度和原创设计敏锐度，令人印象深刻！”

活力，体现在激情四溢的商贸洽谈中

立足大湾区，放眼全世界。2025 大湾区国际女装展览会（BIRD）精准构建高效多元的商贸网络，架起“双循环”的坚实桥梁。

在垂直深耕的专业展会沃土中，买家如同精准的勘探者，国内渠道商在女装深海高效捕捞战略产品系列，国际采购商在东方美学矿脉发现丰富时尚价值。当本土设计颠覆传统认知，当智造能力重塑供应逻辑，每一场对话都在重绘全球时尚商贸的东方坐标。

展会现场，海量专业买家纷至沓来，洽谈氛围热情高涨。尤为亮眼的是，来自意大利、英国、德国、俄罗斯、日本、韩国、越南及全球新兴市场的近千名海外专业买手组团莅临。他们穿梭于展位间，深度选品，订单意向纷飞，为中国女装品牌的国际化征程注入强劲动能。

本次展会的采购商、白噪音主理人刘秋驿表示其是被“专注于女装产业的展会”这个定位吸引来的，来了之后她真实感觉到了不虚此行。在这里，她们可以与一众女装品牌高效交流，了解产品动态，不仅大大提高了采购效率，还让她们对女装市场的未来趋势有了更清晰的把握。

九号铺主理人朱思远提到，他遇到了很多有实力的中国女装品牌，通过交流他发现这些品牌设计独特、品质上乘。经过深入洽谈，他们已经与多家品牌达成了采购意向。

高效的海外采购商对接会（俄罗斯、日韩、欧洲、中东等专场）现场气氛热烈，买卖双方专注交流，高效匹配，握手频频，搭建起畅意沟通的金桥。

1WAVE 总经理 YOON DONG HWI 提到，“中国女装品牌的质量非常高，这让我非常惊喜。在展会上，我看到了很多设计新颖、工艺精湛的女装产品。经过与展商的交流和了解，我对中国女装品牌的高质量有了更深刻的认识。未来，我将继续加强与中国女装品牌的合作，共同打造全球化的女装市场。”

与此同时，众多国际设计师、海外买家等纷纷认为，展会让他们对中国女装品牌有了新的认知，本次参展不虚此行。

值得一提的是，聚焦“海外市场”的重磅论坛密集开讲，五场论坛汇聚全球顶尖专家与企业操盘手，分享海外市场的前沿洞察与实战攻略，助力中国品牌精准导航全球蓝海市场，现场座无虚席，掌声阵阵。

活力，体现在精彩纷呈的活动里

2025 大湾区国际女装展览会（BIRD）不仅是一场商贸盛宴，更是点燃产业智慧、预见未来趋势的活力高地。三天展期，超 50 场重磅活动轮番上演。

高效务实的商贸对接会贯穿始终，每一场都人头攒动，每一位参与者眼中都充满期待。精彩纷呈的 BIRD 时尚发布秀轮番登场闪耀 T 台，生动勾勒产业创新方向。第十四届“大浪杯”中国女装设计大赛决赛更是将原创激情推向高潮，有力印证了中国设计力量的生生不息与璀璨未来。“BIRD 时尚体验官”队伍的互动与打卡，为这场盛会增添了鲜活的时尚趣味与热度。

本次展会与一场倾盆而下的磅礴大雨不期而遇，但大雨没有浇灭中国女装品牌奋力向上的灼灼激情，没有浇灭全球专业买家的殷殷期待，更无法浇灭中国女装产业生生不息的澎湃脉动。在 2025 大湾区国际女装展览会（BIRD）上，我们看到的，是中国女装产业喷薄而出的蓬勃生命力，是敢于定义潮流、引领风尚的非凡创造力，更是正在脚下铺展的、无限广阔的未来发展画卷。

眼下，中国女装产业共同体犹如振翼启航的“椋鸟群”，正以 2025 大湾区国际女装展览会（BIRD）为起点，乘势而上，向着更高远的天空、更辽阔的天地、更强大的未来，奋力跃升！

内联外拓、实效显著

2025yarnexpo 大湾区纱线展圆满落幕

三天很短，转瞬即逝；三天很长，商机不止。

6 月 13 日，为期三天的 2025 大湾区国际纺织纱线博览会（简称 2025yarnexpo 大湾区纱线展）在深圳会展中心（福田区）收官。本次展会吸引了来自国内外众多知名企业参展，展示了行业最新的产品和技术，催生了无限的合作机遇。

展会期间，展馆内人流络绎不绝，商机涌动迸发，无论是展商还是观众都收获满满。于展商而言，在严峻的外贸形势下，展会无疑提供了一个展示创新成果、深挖内销市场、拓展新兴市场的重要窗口；于下游观众而言，展会更是直达产业源头、探索创新方向、携手共赢未来的合作桥梁。围绕科技创新、绿色环保、价值再造、商贸实效等多个维度，2025yarnexpo 大湾区纱线展为产业链上下游带来了一场精彩纷呈的行业盛宴。

从尖端科技到绿色风潮，打造高质量发展新引擎

展会现场，科技、时尚、绿色、健康成为贯穿始终的核心主题，从智能调温纤维到多功能叠加产品，从生物基纤维到可降解涤纶，从“酶”回收技术到非水介质染色技术，众多参展企业纷纷展示了各自细分领域的最新成果，为行业的高质量发展树立了新的风向标。

浙江华油色纺科技有限公司的展位时不时有外商前来问询产品。据展位负责人介绍，展会主推的产品——防滑纱以创新纺丝技术和特殊材料制成，其表面增加了一定的形状、结构和摩擦系数，防滑效果更好，且透气性好、抗菌性强、吸湿排汗性好，具有远红外功能，广泛应用于运动袜、手套、护膝、鞋带、文胸肩带等。经权威机构检测，使用该款纱线的织物多次水洗、运动汗水浸泡后，仍不影响产品的功能。

作为 Lululemon、Inditex、阿迪达斯、耐克等知名品牌的专业供应商，肇庆市高要晋益纤维有限公司持之以恒地探索全新的纺织技术与材料，本次展会重磅推出的再生环保系列、拼线花式系列，以及功能性系列得到许多下游采购商青睐。

“我们的产品纱线主要用于高端品牌，全面采用环保型生产工艺与材料，全力以赴减少生产过程中产生的污染以及资源浪费。产品远销欧美、东南亚等多个国家和地区，成功赢取了广大客户的深度信赖与一致好评。”肇庆市高要晋益纤维有限公司总经理助理罗干说道。

从产品输出到价值再造，提供全产业链解决方案

在 2025yarnexpo 大湾区纱线展上，一个显著的行业趋势正在形成：部分领军纤维企业正在突破传统供应商角色，向产业链价值整合者转型。随着终端应用场景的多元化和专业化程度不断提升，不少源头创新企业不断突破产业边界，实现从产品输出到价值再造的转型升级。

作为国家级专精特新“小巨人”企业和国家高新技术企业，江苏三联新材料股份有限公司不再局限于单纯的产品输出，而是着眼于整个产业链的协同发展，通过产品价值塑造、生产体系构建、深度绑定品牌端三大矩阵，构筑品牌壁垒，为客户提供从材料创新到品牌赋能的全链路解决方案。

江苏三联新材料股份有限公司董事长王健康表示，以功能创新为核心驱动，公司通过灵活配置生产线，以及强大的快速研发能力，精准填补了市场空白，成功把握了纤维行业向差异化、功能性转型的机遇。同时，打造“小单快反”柔性生产模式，积极响应市场需求，并深度绑定品牌端的需求闭环，围绕绿、弹、轻、暖、凉、柔六个产品方向，领跑细分市场，广泛应用于户外、瑜伽、商务、休闲、医用等各个领域。

山东恒泰纺织有限公司的展位上展出了纱线、面料及成衣产品，吸引了不少观众前来洽谈生意。公司营销一部张希旺介绍：“这几天接待客户，国内外的都有，明显感觉到客户对含麻的面料更有兴趣，后续我们也会加强这类纱线产品的开发。而且我们在展会上了解到一个重要讯息，随着泡泡玛特的大火，义乌那边在大量生产这类玩偶，企业的腈纶纱可以用来做玩偶衣服，这对于我们来说是个机会，因为我们的色卡丰富，质量稳定，还有大量现货。”

除了大型龙头企业，越来越多中小企业也通过聚焦细分领域，发挥自身专业优势，为客户提供专业的技术咨询和应用解决方案，帮助客户更好地将最新纤维或材料应用于终端产品中，提升产品的附加值和市场竞争力。这种从产品输出到价值再造的转变，不仅加强了产业链各环节之间的协同合作，也为整个行业带来了新的发展机遇和增长动力。

从精准匹配到商贸实效，为企业决胜半年红添把火

凭借大湾区的区位优势和产业基础，2025yarnexpo 大湾区纱线展为展商提供了拓展内销市场、布局国际新兴市场的绝佳契机，助力企业抢抓全球多元商机，为行业决胜半年红增添了强劲动力。从本届展商和采购商的反馈来看，展会取得了显著的商贸实效，采供双方乘兴而来、满意而归。

“我们想给 IT 行业的职工定制工服，比如 T 恤，面料要舒适柔软的，最开始我发现浙江理工大学桐乡研究院有限公司的展位上有几款摸起来手感不错，性能也不错，但是价格方面不太符合预期，后面我又逛了几家展位，挑选了一些面料小样，并留了联系方式，后续会再对比选择。”北京沃德林克国际贸易有限公司董事长黄朝晖表示，yarnexpo 大湾区纱线展的展品质量越来越高，展商也在各细分领域做出了优势，每次来到这里都会有收获，是挑选理想供应商的高效便捷平台。

河北雪洋纺织有限公司主营涤棉、粘棉、莫棉、兰精莫代尔、涤莫、涤竹等多元化系列产品。“我们公司内销占 98%，广东一带的客户大概占内销客户的 20%，公司还在张槎设有现货仓库，本次展会不仅是佛山、汕头等地老客户的见面会，更对接到了印度、巴基斯坦、孟加拉国、乌兹别克斯坦等海外客户，为企业后续拓展新兴市场奠定了基础。”河北雪洋纺织有限公司外贸经理杜亮说道。

展会期间，还举办了多场行业纺织材料创新论坛，专家学者和企业代表围绕行业发展趋势、市场动态、技术创新等热点话题进行了深入探讨，为企业把握市场脉搏、制定发展战略提供了有益参考。

彩虹迎喜，晚霞相送

2025PH Value 大湾区针织展收官

6 月 11 日，用一场雨后的彩虹开启来时的喜悦；6 月 13 日，以浓艳的晚霞与 3 天的相聚“挥手”告别；期间，每一场捉摸不定的太阳雨，都成为了这场相会里难忘的回忆，一如与每一位参展商的不期而遇，一如对每一件创新产品的神秘“开盒”。

盘点 2025PH Value 大湾区国际针织博览会（简称：PH Value 大湾区针织展）三天来的所见所得，“功能性升级”“可持续时尚”已成为行业共识，大湾区针织展上的展商们更用创新创意带来常看常新的惊喜与收获。

功能性升级

赢得海内外买家青睐

你以为的法兰绒、摇粒绒等产品的升级路线是怎样的？是颜色、图案的原创焕新，还是绒感风格的持续升级？

2025PH Value 大湾区针织展现场，主打双面绒、法兰绒、兔毛系列产品的常熟市富利针纺织品有限公司，在加强产品色彩、风格多元设计的同时，选择了对产品进行功能性升级。其中，具备抗菌、除臭、吸湿、发热等功能性的法兰绒，成为富利吸引家纺、床上用品、沙发、睡衣睡袍等目标买家的“当打”产品。

绍兴百世芬针纺科技有限公司则带来色纺保暖芦荟双面绒、芦荟亲肤弹力单面面料、抗菌提花螺纹等创新功能性升级产品。而如何赋予产品如此丰富的功能性？据百世芬现场负责人介绍，主要是因为面料成分中添加了堪比羊绒的再生纤维素纤维“羊绒蛋白纤维”，融入天然芦荟因子的“芦荟纤维”，以及为面料带来抗菌、抗病毒功能的“菌草纤维”“艾草纤维”等原料，“以抗菌提花螺纹为例，其中的菌草纤维占比高达 46%，产品抗菌同时，还能抗流感、HPV 病毒。这些产品不仅国内买家感兴趣，海外客户同样有需求，就连本来想找价格优势产品的韩国客户，都看中了其中多款特色面料，跟我们沟通了很久，约好后期进一步洽谈。”

“作为一家深耕传统毛衫行业 30 年的大厂，我们一年的产量有几百万件，主要服务对象为专业中高端定位的线下品牌和电商客户。除了公司周边的江浙沪市场，深圳也是我们的重要市场，这也是我们来大湾区参展的关键原因。目前我们已经与不少深圳知名品牌达成了合作，相信这次带来的可机洗免打理精品毛衣、高端抗菌羊毛衫等功能性升级产品，以其高性价比优势，能够符合目标客户需求。”展会上，浙江杉佳服饰股份有限公司销售经理戴泓磊在采访中自信地介绍。

可持续时尚

掀起产业升级浪潮

当“可持续时尚”成为产业升级与企业竞争的必选项，产业中的响应者也将越来越多，并更为积极地探索新的可持续时尚理念表达，开发更具差异化的可持续时尚产品。

有着年产 10 万吨差异化涤纶纱线（POY+FDY）能力的杭州瑞成辉化纤有限公司，秉承“专业且环保”的发展定位，带来各色差异

化功能性优势产品。该公司负责人表示：“无论是适用于户外高耐晒、服装家居沙发的雪尼尔，还是高日晒户外遮阳伞、靠垫抱枕、织带专用纱线，都自带可持续环保属性，而这来源于我们无需染色的环保有色纱线。”

而专注于皮毛一体品类的杭州禾乐向尚服饰有限公司，打造了银兰貂系列、湖羊毛系列、全羊毛系列等多个畅销产品系列，赢得了线下二批连锁客户、直播主播等客户的高度青睐。禾乐向尚现场负责人更是强调：“当下，可持续时尚趋势愈发显著，客户与消费者都在主动做出负责任选择，这也使得环保仿皮草销售情况异常火爆。”

个性时尚风

引领下一轮消费热点

展会向来是行业趋势前瞻展示的重要平台，本次 2025PH Value 大湾区针织展上，参展商以丰富产品诠释着对“个性时尚风潮”的理解。

横北实业（深圳）有限公司携旗下 Riff Studio 品牌亮相。横北现场负责人表示：“尽管消费降级声浪不断，但高端客户群体对服装设计感和面料舒适度的要求并没有降低，我们坚持针对新中式细分市场做垂类产品研发，开发高端面料成衣、做有诚意的设计，瞄准的就是这类愿意去消费高品质服装的人群。”

谈及收获她表示：“大湾区能够吸引海内外发展最前沿、最具创新精神、愿意接纳新鲜事物的服装公司与消费者，本次参展既能够展示品牌现阶段的服装设计成果，扩大品牌声量，又能快速试水产品的市场接受度，从而精准调整服装设计与生产的方向，是非常难得的机会。”

位于产业链上游的桐乡市创易纺织科技有限公司的主营产品是时尚度强、手感佳的差异化纱线。公司现场负责人小马表示，此次主推三醋酸羊绒包芯纱、三醋酸羊绒拉毛纱、二醋酸羊毛圈圈纱、100% 玻尿酸羊毛等产品，“我们公司在产品开发上很舍得投入精力和成本，也有自己的研发工程师。除了现场这些产品外，还可以根据客户需求，更换马海毛、羊驼毛、牦牛绒等特种原料。相比于价格，追求差异化的客户更在乎品质。”

成立于 2012 年的嘉善沐牛服装辅料有限公司是一家天然纽扣源头厂家。展会现场，该公司带来的各色染色、原色、多元造型 / 用途的天然牛角扣、牛骨扣与天然果实扣，吸引了不少生产厂家、品牌、设计师走进展位。

结合观众们的反馈与订单情况，沐牛现场负责人表示：“目前看来，还是稀奇古怪的产品卖得更好，问询的人也更多。毕竟常规的大家也都看腻了。针对这次的参展情况，我们准备调整今年秋冬上海展时的展品，到时候基础款就只带产品样册，主要展示有个性、有特色的差异款。”TA

广告

华峰千禧·中国纤维品牌联动创享汇
Huafon QIANXI·China Fibers Co-branding World

中国纤维品牌联动创享汇纤维品牌库首批入库品牌
The Brand Collection of China Fibers Co-branding World

华峰化学 | 千禧
Huafon Chemical | Qianxi

盛虹集团 | 盛虹
Shenghong Group | Shenghong

桐昆集团 | 桐昆
Tongkun Group | Tongkun

新乡化纤 | 白鹭
Xinxiang Chemical Fiber | Bailu

唐山三友 | 唐丝
Tangshan Sanyou | Tangcell

恒申合纤 | HSCC 恒申
Highsun Synthetic Fiber | HSCC

泰和新材 | 泰和新材
Tayho Advanced Materials | Tayho Advanced Materials

上海德福伦新材料 | 德福伦
Shanghai Different Advanced Material | Different

搭建纤维品牌与下游及终端品牌的联动平台
进一步提升纤维企业对品牌建设的重视程度
推进纤维品牌与下游品牌的联动与合作深度
持续提升中国纤维品牌整体影响力与竞争力

联系人：靳昕怡
电　话：15811208850
邮　箱：xinxin59@126.com
网　址：www.ccfa.com.cn

此次山东行不仅是一次产销对接，更开启了南北纺织产业设计共研、市场共拓的新模式。

30＋柯桥纺企“链”动齐鲁，以对接会加速织密产业合作网

■ 本刊记者 _ **边吉洁**

2025 年是“十四五”规划收官之年，围绕建设纺织现代化产业体系的战略方向，纺城柯桥持续推进“丝路柯桥·布满全球”行动计划，推动产业链上下游和产业集群优势互补、协同创新，充分挖掘国内超大规模市场优势和内需潜力，奋力迈向高质量发展新赛道。

6 月 10 日，“丝路柯桥·布满全球”走进山东精准产业对接会在济南举行。此次活动旨在搭建起柯桥与山东纺织服装产业深度沟通的桥梁，推动两地产业链在协同创新中实现共赢发展。

活动现场，印尚纺织、腾侠纺织、凤凰庄、花王纺织、名尊纺织等 30 余家柯桥优质面料企业与山东魏桥、希努尔、鸿天集团、方铎服饰、元首针织、耶莉娅以及聊城棉服产业集群、汶上休闲装产业集群等地的百余家服装企业进行面对面对接，打造了一场商贸成效显著的产业对接交流会。

强强对话：纵深推进产业协同

千年丝路，织就繁华；柯鲁携手，共绘新篇。当前，纺织行业正处于转型升级的关键阶段，区域协同、优势互补成为破局新路径。柯桥与山东的纺织产业高度互补，柯桥以高端面料研发和全球商贸网络见长，山东则凭借规模化服装制造和成熟品牌运营占据优势。此次强强联合，将充分释放产业协同效应，实现“1+1>2”的聚合发展。

“中国轻纺城庞大的市场集群、丰富的纺织产品、时尚的纺织信息，可以为山东纺织企业提供由面料、色彩、图案到成品等全方位服务。”原绍兴市柯桥区中国轻纺城党工委委员、建管委副主任杨章龙向与会嘉宾介绍了柯桥纺织产业优势与发展规划。他指出，近年来，柯桥持续推进“丝路柯桥·布满全球”行动，与全国纺织集群搭建交流、展示和推广的良好平台，以实际行动推动柯桥纺织融入“双循环”新格局，助力本土纺织企业拓展市场。此次走进山东，希望通过现场对接会以及一系列后续工作的有力推动，为两地企业找到新的发展契合点、合作共鸣点、产业融合点。

山东省纺织服装行业协会秘书长张春华表示，山东作为纺织大省，拥有享誉海内外的知名品牌，更培育了从高端纤维研发、先进织造印染到品牌服装设计、智能制造、高效流通的全生态产业体系，拥有多个特色鲜明、规模超千亿的产业集群，希望通过此次对接会，柯桥的先进经验与山东的应用场景能够实现互补共赢，也期待有更多的合作项目在山东生根、开花、结果。协会也将继续发挥桥梁平台作用，在政策对接、资源整合、渠道拓展等方面，为两地企业提供更加精准的服务与支持。

时尚律动：科技面料赋能成衣创新

在灯光聚焦下，一群身姿曼妙、气质高雅的模特身着华美衣裙，迈着从容自信的步伐缓缓走来。每一件服装的面料不仅展现出无与伦比的美感，也将柯桥纺企在功能性面料研发及时尚设计上的领先优势展现得淋漓尽致，这场秀演由易灿纺织与倚信纺织联袂呈现。

易灿纺织在此次秀演中精心呈上了十余套风格迥异的成衣，涵盖极简通勤风与新中式风格，巧妙将现代时尚美学与传统韵味融合在一起。易灿纺织总经理罗丽琴表示：“我们致力于推动面料科技化、差异化发展，通过持续的研发投入与创新工艺，让面料在功能性、舒适性和美观性上实现突破。同时，我们加速服装品牌化进程，深度挖掘文化内涵，将传统文化元素与现代设计理念巧妙融合。”

倚信纺织则带来了“柔性凸版印花工艺”运动服和“极御”户外运动羽绒系列。其运动服运用“柔性凸版印花工艺”与防伪级精细印花技术，以 0.01mm 超精细激光雕刻制版突破印染极限，精准供墨系统降低染料用量，同时提升色牢度与画面表现力。“极御”户外运动羽绒系列，则采用高密度三防科技面料，践行“功能即美学”理念，保持超轻克重与高透气性，实现全天候防护与场景无界切换。先进的工艺与时尚的产品，成功吸引了现场众多服装品牌的目光，大家纷纷主动前来对接洽谈合作。

从更深层次来看，这场秀绝不仅仅是一场视觉享受，它更像是柯桥纺织产业向外界发出的转型宣言。当下的柯桥纺织企业不再局限于传统的生产模式，而是积极拥抱科技创新，融入时尚元素，努力提升产品的品质和附加值，以满足消费者日益多样化和个性化的需求。

终端释能：精准匹配创实效

在这场供给与需求精准对接的行业活动中，柯桥面料企业针对山东服装品牌在品类、设计、功能等方面的个性化需求，系统梳理了产品体系，全方位展示了户外、运动、休闲、防护、羽绒、工装等领域的创新成果——从天然纤维到纺织新材料，从基础工艺到功能性“黑科技”，从素色染色到复合后整理，数千款高端面料生动诠释了柯桥纺织的产业活力。

老鲍纺织此次展出的用于制作西装、衬衫、阿拉伯大袍等的 TR 面料，凭借专业品质引发关注，样卡与名片被迅速索取一空，现场采购洽谈氛围热烈。总经理孙大鹏分享道：“我们公司拥有完善的供应链体系，

这为产品品质提供了保障。此次对接会选址靠近当地市场，前来参会的采购商专业素养高，洽谈合作十分顺畅，对接效果远超预期。”

君易纺织作为“新面孔”首次登场，带着满满的诚意与创新成果而来，精心筹备了三十余款小香风、梭织提花面料。其负责人陈易说道：“山东服装市场对我们的产品有着明确的需求，这让我们看到了巨大的市场机遇。此次参加对接会期望结识更多新客户，为公司发展注入新活力。现场采购商们对我们的产品表现出了极高兴趣，这让我对接下来的合作充满期待。”

柯桥面料企业凭借前沿技术与优质产品展现出十足的信心，而服装品牌也在这场交流中收获满满，实现了供需双方的双赢局面。“我们此次的关注重点是女装衬衫印花面料，以及新型口袋布和里布的厂家及其产品。现场花王印花的快反定制印花服务令人眼前一亮，能够很好地满足我们定制专属印花的需求。倚信纺织的‘柔性凸版印花工艺’结合防伪级精细印花技术，更是创意十足，我们后续会深入探讨，将其应用到正装里布领域。这次对接会为山东的服装企业搭建了一个直面实力供应商的平台，让我们能获取创新资源和开拓合作空间。”山东希努尔男装股份有限公司职业装设计研发总监荆鑫对对接会给予了高度评价。

山东盛宝路纺织服装有限公司是一家专注于校服和运动服装生产的企业。在此次对接会上，他们将采购重点聚焦于三大类面料：基础功能性面料、创新型环保面料以及定制化设计面料。在众多产品中，该公司对倚信纺织的防晒、防水透湿、温变、光变等功能性材料以及云宏贸易的部分热转印印花面料青睐有加。其技术总监刘一博表示：“这种对接形式对于校服行业而言，无疑是一场‘及时雨’。一方面，打破信息壁垒，由政府筛选引入的面料企业更具公信力，大幅降低了我们的筛选成本。另一方面，与面料企业面对面交流，能够直接碰撞出创意的火花，为校服和运动服装的创新发展注入新的活力。”

对接会之余，组委会组织柯桥纺企走访了济南鸿天集团、济南方铎服饰有限公司，并开展深度贸易对接活动。各方围绕如何优化合作模式展开了深入探讨，力求在交流中碰撞出更多合作火花，进一步加深两地企业间的互动与交流。

从“丝绸之府”到“国际纺都”，柯桥正以开放姿态链动全国。此次山东行不仅是一次产销对接，更开启了南北纺织产业设计共研、市场共拓的新模式。当柯桥的“一块布”遇上山东的“一件衣”，柯桥纺织走出去的故事将翻开新篇章。TA

中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP
股票代码：600790

宇华控股：以双引擎驱动转型升级

■ 本刊记者_**边吉洁** 文/摄

深耕女装面料领域三十余载的浙江宇华控股集团有限公司，自1988年创立伊始，便以“中高档时尚面料专家”的定位引领行业前行。作为国内女装面料行业的标杆，宇华控股成功培育了“宇粤”“宇尚”两大品牌，依托持续创新的技术实力与前瞻性的产业布局，在行业变革浪潮中镌刻下属于自己的传奇印记。

步入这座公园式产业园区，映入眼帘的不仅是2003年斥资近8000万元打造的现代化办公空间，更是企业“产学研住”一体化战略的鲜活落地。从独立实验室对原料特性的深度解析，到覆盖面料研发、质检、仓储、物流的全产业链闭环，宇华控股用三十年时间沉淀出差异化发展的核心竞争力。这种垂直整合的产业生态，使企业能够快速响应市场需求，在面料功能性与时尚性的平衡中不断突破。

溯本求新：以材料重塑产品竞争力

在科技迭代加速、竞争白热化的纺织行业，产品创新已进入深水区。如何能在这片红海之中，开辟出属于自己的航道？答案就在于回归产品的本质——材料。宇华控股独辟蹊径，将创新触角延伸至产业链最上游——通过原料深加工构建核心技术壁垒，以材料革命开启差异化竞争新纪元。

宇华控股在企业内部匠心打造了专业的研发中心、版房及检测实验室，始终秉持严谨细致、精益求精的态度，从材料源头开启创新征程。同时，公司积极与东华大学等高校建立深度合作机制，汇聚各方优势资源，投入大量精力与时间到新型原料的研发工作中。总经理鲁翔宇介绍道：“我们每月大约能推出二三十款不同面料的新品，每年在产品开发方面的投入接近300万元。目前，我们正与东华大学携手合作，共同研发具有消光防透特性的创新产品。”

在宇华控股今年重点打造的差异化化纤产品系列中，一款创新融入钛白粉成分的“钛纤面料”脱颖而出，迅速成为市场焦点。这款钛纤面料作为100%涤纶材质的革新之作，是研发团队历经一年之久的钻研与技术攻坚，成功在纤维层面实现技术突破，达成功能的高度集成。其触感细腻柔滑，给予穿着者极致的舒适体验，还集吸湿速干、抗菌防紫外线、高防透视性、高消光性等多重功能于一身，全方位满足消费者对于高品质面料的多元需求。

自上市以来，钛纤面料在市场上引发了强烈反响，收获了消费者与行业内外的一致好评。目前，宇华控股已为这款突破性材料完成品牌注册，为其市场推广与品牌价值提升构筑了稳固根基。“面料上市后迅速赢得市场认可，在一季度销售总额中占据显著份额，成为差异化产品战略的成功典范。”鲁翔宇说道。

鲁翔宇对公司的面料产品如数家珍。

场景驱动：赋能产品多领域应用拓展

“当下市场正掀起一股轻量化产品的热潮，这一趋势早已突破运动领域的边界，在人们的日常工作与生活中同样备受青睐。基于此，我们对面料的创新探索绝不能被单一品类的思维框架所束缚。”鲁翔宇深入浅出地阐释了其独具前瞻性的创新理念。

以宇华控股全新推出的超中空面料为例，该面料在冬季羽绒服领域大放异彩的同时，在商务男装西服、时尚女装外套以及运动衣的应用场景中同样大放异彩。其轻量化设计突破了常规面料的认知。采访现场，鲁翔宇特意拿出成衣进行展示，她介绍道：“当你触摸它时，厚实感会让你下意识地觉得它仿佛有180克左右的分量，然而实际称重，却惊喜地发现仅有130克左右。”这种强烈的“反差感”，让人不禁由衷感叹其设计之精妙绝伦。

除了轻量化这一优势，超中空面料还拥有如裸肤般的细腻触感，穿在身上舒适无负担且具备出色的快干性能，保持衣物的整洁与美观，为穿着者带来全方位的舒适体验。“通过巧妙调整织造工艺和后整理技术，即使是相同成分的面料，也能呈现出截然不同的肌理和功能性，满足多样化场景的应用需求。”鲁翔宇说道。

这种强大的场景创新能力，得益于宇华精心构建的“趋势—设计—验证”闭环体系。宇华控股积极与WGSN、COLORO等趋势机构展开合作，紧跟时尚潮流趋势，再由专业的设计团队将这些趋势转化为具体的产品设计，最后通过自有版房实现快速打样，让创新想法迅速落地。

通过材料创新构建技术壁垒，以场景赋能拓展应用边界。宇华控股这种“双引擎”驱动模式，既保证了企业在核心技术领域的领先地位，又为产品开辟了更广阔的市场空间。未来，宇华控股将继续深化“产学研用”协同创新，在功能性面料、智能穿戴等前沿领域持续发力，为消费者带来更多兼具科技感与时尚感的高品质选择。TA

Focus / 聚焦

绍兴绣花艺术展示中心在柯桥开启

绣花艺术以精美图案、丰富色彩和细腻针法展现独特美感，带来丰富的审美体验。近日，绍兴绣花艺术展示中心在区纺织绣花商会会长单位绍兴柯桥区归零纺织品有限公司启用。该展馆致力于文化传承，并融合科技创新与产业赋能，生动展现出传统刺绣工艺在当代的创新蜕变与发展之路。

展馆内，一系列融合现代科技的创新刺绣工艺与作品，演绎了刺绣从手工走向智能的蜕变。例如，激光绣花机凭借0.1毫米级的超高精度，在婚纱面料上织出媲美手工的精美蕾丝；珠管绣结合定位印花技术，打造出在灯光下折射璀璨光泽的礼服面料；智能绣花系统则运用AI算法，实时生成个性化图案并同步完成绣制。这些技术与艺术的结合，突破了传统刺绣的时空束缚，开拓了现代纺织美学的新境界。

据了解，该展示中心由柯桥区纺织绣花商会会长周国军发起筹建，汇集了包括苏绣、湘绣、蜀绣等在内的近600件珍贵刺绣作品。值得一提的是，展馆内特别设立了“越绣千年”主题展厅，重点展出了明清时期的越绣珍品。作为拥有数千年历史的古老技艺，越绣于2020年3月入选绍兴市级非物质文化遗产代表性项目名录。展厅内的越绣作品针法细腻、色彩典雅，为参观者带来直观的美学震撼。

绍兴绣花艺术展示中心汇集了近600件珍贵刺绣作品。

作为全球纺织重镇，柯桥凭借完整产业链与强大产能，在刺绣技艺的传承发展中发挥关键作用。通过融合现代理念与创新设计，柯桥为传统工艺注入新活力，并依托对国际市场的敏锐洞察，成功将中国绣花作品推向世界舞台，使其成为连接传统与现代、中国与世界的文化纽带。（**唐小狄**）

会议现场。

中国轻纺城联手中远海运新拓挖掘“外循环”新增量

在当前复杂外贸形势下，如何拓展“外循环”新增量、抢抓全球纺织机遇？近日，中国轻纺城集团与宁波中远海运新拓国际货运有限公司在绍兴柯桥举行战略合作框架协议签约仪式，帮助柯桥纺企构筑起通往世界的桥梁。

作为深化“外循环”的关键举措，中国轻纺城集团通过有效整合公司现有物流及仓储资源，致力于充分发挥中国轻纺城的巨大体量优势，全面优化外贸服务体系，深度挖掘“外循环”增量空间，助力柯桥纺织企业轻松“出海”，加速推动中国轻纺城集团向纺织产业综合集成服务商转变的战略进程。

据了解，这次合作将聚焦中亚班列、海铁联运及海外展贸中心建设，充分挖掘和利用各自的资源优势，为柯桥纺织企业出海奠定坚实基础。双方强强联合将构建起一条更高效、更智能、更具韧性的纺织产业国际国内物流大动脉，这不仅为两家企业开辟了共赢发展的新空间，更将为中国纺织业在全球价值链中的地位跃升提供坚实保障。

近年来，中国轻纺城积极带领柯桥纺织企业“走出去”寻商机、促合作。通过组织参加国内外知名展会、搭建线上交易平台、优化供应链管理等一系列举措，中国轻纺城不仅拓宽了柯桥纺织企业的国际视野，还促进了国内外市场的深度融合。这些努力不仅提升了柯桥纺织产品的国际竞争力，也为全球纺织产业的协同发展贡献了力量。（**王耀祖**）

北联市场开展窗帘直播专项培训

为加快成品窗帘展贸区线上线下融合发展，助力经营户拓展销售渠道，近日，2025年中国轻纺城北联市场窗帘电商直播培训在中国轻纺城集团所属联合市场5楼举办。活动吸引了佳杰纺织、金缘祥等40余家商户代表踊跃参与，共同探索直播电商新机遇。

本次活动特邀中纺培训学校电商运营专家担任主讲，围绕《窗帘直播破局指南：从0到爆单的实战秘籍》的主题，通过理论讲解与案例剖析相结合的方式，系统传授了直播运营的核心技能。课程内容涵盖流量获取策略与热点借势技巧、爆款内容创作方法论、直播场景搭建与互动留人技巧、行业优秀案例对比分析等。

为增强培训的实效性与互动性，活动特别设置了实战演练环节。商户们现场进行产品卖点提炼和直播话术设计，专家进行细致指导与点评，帮助商户们将所学知识迅速转化为实战能力。此外，活动还通过抖音、视频号等主流平台进行了同步直播，线上观看人数突破3000人次，进一步扩大了培训的影响力与覆盖面。

据悉，此次窗帘直播专项培训是北联市场打造数字化展贸区的首场重要活动。市场相关负责人表示，未来将继续深化数字化转型战略，推出一系列扶持措施，包括打造24小时共享直播空间等，为商户提供更加便捷、高效的直播环境。同时，市场还将积极对接高校、电商平台等优质资源，通过定期举办培训、沙龙等活动，构建从技能培训到流量支持的全方位服务体系，助力商户在数字化转型的道路上稳健前行，实现销售业绩的持续增长。（**边吉洁**）

色织布稳中提质加速高端化布局

2025 年中棉行协色织布分会理事扩大会召开

■ 本刊记者 _ **陶红**

6 月 10 日，2025 年中国棉纺织行业协会色织布分会理事扩大会在江苏无锡召开。中棉行协色织布分会理事单位及产业链相关企业代表出席了本次会议。会议聚焦行业发展态势、剖析挑战机遇、共谋创新路径，旨在引领色织布产业在变局中稳健前行，向价值链高端持续攀升。本次会议得到了中国棉花协会、江苏新瑞贝生物科技股份有限公司及 Chloris 蔻芮生染的大力支持。

会上，举办了“天然「织」选，怎能无「棉」”——促进国产棉制品消费倡议公益活动启动仪式。

强化优势，锚定行业发展航向

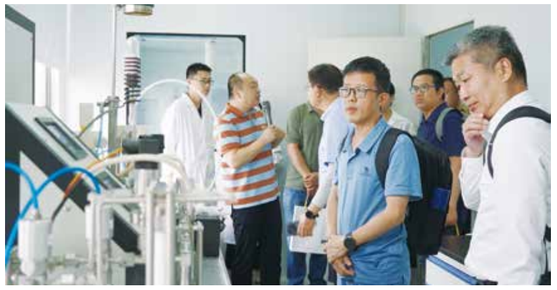
中国棉纺织行业协会会长董奎勇在致辞中表示，2024 年我国纺织服装商品内需消费实现温和增长，受宏观经济放缓影响，各项内销指标增速均较上年有所放缓。进入 2025 年，棉纺织行业多个经济指标边际改善。此外，在国家政策举措支持下，许多色织布企业多措并举，有序调整订单结构和产业结构，多元化拓展市场、发力提升内销占比，并持续加快推进产业布局，高效整合国内外优势资源，强化竞争新优势，不断提升分工地位，持续向价值链高端迈进。

江苏新瑞贝生物科技股份有限公司董事长储鑫提到，当前全球纺织行业正面临绿色转型与技术创新双重挑战。作为生物基材料领域的探索者，新瑞贝始终秉持“科技赋能绿色制造”理念，致力于通过生物技术为纺织产业链提供低价、低碳、环保的解决方案。未来，新瑞贝将与协会共同推动行业绿色可持续发展，以“双碳”目标为引领，构建更具韧性的产业生态链。

深度洞察，解码行业发展态势

“根据国家统计局数据，2024 年我国规模以上纱产量为 2277.9 万吨，同比增长 1.32%，规模以上布产量为 306.3 亿米，同比增长 2.23%，其中规模以上色织布企业产量同比增长 7.66%；在出口方面，行业出口总额有所回升，同比增速由负转正。”中国棉纺织行业协会副会长王耀代中棉行协色织布分会会长、鲁泰纺织股份有限公司总裁刘子斌作“中棉行协色织布分会工作报告”，简要汇报了行业总体情况和分会工作情况。2025 年，分会将继续从强化创新引领、推动技术交流、加强行业研究、健全标准体系等四方面开展工作，推动行业绿色低碳高质量发展。

“今年以来我国纺织工业发展压力加大，行业经济运行总体保持平稳，出口市场结构日趋多元，与新兴经济体基于产业链合作的贸易往来增多。”中国纺联国际贸易办公室贸易政策专员崔晓凌作“我国纺织行业对外贸易形势分析与展望”主题报告。崔晓凌表示，从数据上看，当前行业外贸发展面临全球经济增长放缓、贸易摩擦加剧等挑战，企业通过多元化市场布局缓解冲击。针对未来发展，有许多企业的做法值得借鉴：一是加强自主渠道建设与业态模式创新；二是强化高端制造与创新优势；三是深耕主销市场的同时，积极开拓新兴市场；四是加强供应链风险管理，提升供应链韧性；五是稳妥推进国际化布局，建立内外协调的国际化产业体系。



会议现场。

在“全球棉花消费变局与可持续新动能”的报告中，中国棉花协会副秘书长王丹分析到，现阶段国际市场竞争加剧，我国内销市场规模庞大且稳定增长，消费趋势向品质健康、个性时尚和功能多元升级。此外，以“中国棉花可持续发展项目”为代表的全链条可持续发展模式，正以生产和推广可持续棉花为目标，通过可持续标准种植的棉花、可信赖的供应链企业、品质保障的棉制品品牌及消费者，构建起多方协同、循环促进的可持续发展生态体系。

创新赋能，引领产业升级浪潮

江苏新瑞贝生物科技股份有限公司副董事长林源杰作专题报告，深入阐述了 REBA Green 生物基助剂在推动纺织业 ESG 实践中的创新应用。新瑞贝是全球首家为纺织领域提供全系列生物基解决方案的企业，为行业提供大幅度降本、零碳、可再生、可降解的环保产品，覆盖从浆料到前处理、染色、后整理的全生产流程。新瑞贝公司以 88% 的全球市场占有率稳居行业第一，并持有全球首个生物质 DIN 国际认证。林源杰强调，新瑞贝将持续深化“科技赋能绿色制造”理念，通过创新生物基技术助力纺织企业实现“双碳”目标，共同构建更具韧性的可持续产业生态。

作为专注于合成生物学的创新企业，蔻芮生染首创“微生物发酵—分离—纯化”一体化技术，利用可再生的糖和氮源培育微生物生产生物基染料。Chloris 蔻芮生染副总经理兼研发总监徐富超介绍了“生物基染料在梭织产品开发上的应用”，以前瞻性视角与积极行动力，从源头预防污染。据介绍，观蓝 ®100% 生物基染料利用微生物作为生产载体，实现天然染料的工业化生产，赋予产品健康、环保、应用范围广泛等特点。

江苏联发纺织股份有限公司研究院新产品研发中心副主任汤成坦介绍了“水柔高级免烫自然弹面料制备关键技术研究”。针对传统纯棉免烫衬衫存在抗皱性不足、平整度不高，免烫树脂整理、面料手感偏硬，普通纯棉织物没有弹力、伸展受拘束，游离甲醛超标等痛点，联发纺织研发了水柔高级免烫自然弹面料制备关键技术，通过无莱卡自然弹技术赋予纬向舒适弹性，无甲醛高级免烫整理技术改善棉织物的抗皱性，水柔手感整理技术赋予织物活络、柔软、蓬松丰满的手感。

溢达集团研发中心总监周立明以“赋能转型——溢达色织面料厂自动化介绍”为题表示，溢达集团拥有优异的技术研发实力，现阶段，溢达色织面料厂已成功实现全流程数字化，覆盖了从染纱、准备、织造、后整理、检验等所有核心生产环节。其中数据工厂核心技术包括四方面，一是工业物理联网，设备联网采集数据；二是数据孪生，模拟生产过程，预测生产；三是大数据与 AI 分析历史数据，优化排产计划；四是自动化与机器人技术，AGV 自动运输。

交流会环节，与会代表们立足企业经营实际和行业发展现状，深入探讨了我国色织布行业发展趋势，为推动色织布行业高质量发展出谋划策。会后，与会代表参观了江苏新瑞贝生物科技股份有限公司。TA

桐昆 · 中国纤维流行趋势 2025/2026 静态展：

释放三大需求信号

■ **张冬霞** / 文

6 月 11—13 日，2025 大湾区国际纺织纱线博览会亮相深圳。作为展会的科技担当，功能化纤区以“创新驱动 · 链动未来”为主题，特设桐昆 · 中国纤维流行趋势 2025/2026 展区、绿色纤维展区、运动专用纤维展区、内衣专用纤维展区等四大主题展区。

走进桐昆 · 中国纤维流行趋势 2025/2026 静态展区，2025/2026 年度的四大篇章、八大类新型纤维集中亮相。舒感纤维、柔弹纤维、抗紫外纤维、保暖纤维、防护用纤维、绿色纤维等流行纤维的最新技术、前沿趋势及多领域应用在此全方位、多角度呈现，以独特的纤维魅力为纺织全产业链的创新升级注入强劲动力。

展会期间，中国纺联相关领导参观了桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 静态展，中国化学纤维工业协会相关工作人员表示，通过在桐昆 · 中国纤维流行趋势 2025/2026 静态展上与参展领导、展商及嘉宾交流，有三大需求信号值得关注。

一是聚焦头部品牌技术博弈，循环再生与功能集成双轮驱动。

如彪马服装部门团队探讨了兼具抗紫外与防透视功能的循环再利用聚酯纤维解决方案，将再生技术与功能性防护需求结合，推动服装面料可持续升级；YKK 产品创新团队针对拉链产品提出双色风格化设计与抗静电、抑菌性能提升方案，从辅料端切入功能化竞争；英国户外品牌 REGATTA 聚焦户外面料持久防水技术与防晒功能的舒适性平衡，希望以“功能性 + 穿着体验”双重标准推动技术迭代。三大品牌以具体应用场景为锚点，将循环再利用材料的性能参数（如再生聚酯纤维强度）与功能复合（如抗紫外 + 轻薄防透视）作为技术博弈核心。

二是洞察市场需求图谱，绿色纤维应用落地与功能场景细分。

如广东、福建服装及面料企业重点咨询绿色与功能性产品。二氧化碳基乙二醇聚酯纤维、低温易染生物基呋喃聚酯纤维等因“碳捕集”“生物基来源”概念获高度认同，黑色循环再生纤维素纤维成为循环经济实践的典型样本之一。功能性纤维呈现场景化细分特征：如运动领域聚焦吸湿速干与热舒适性调控聚酯纤维的自适应技术；服装品牌将防透、抗紫外、凉感功能列为防晒面料核心需求。此外，针织企业寻找抑菌纤维及导电纤维，对其作用机理进行了深入交流；床垫企业对阻燃抗溶滴纤维感兴趣，表示床单特别是侧面的阻燃效果可以避免火灾事故；广东斯倍秀植绒科技有限公司寻找海岛纤维用于植绒；厦门长吉纳米则寻求高强度碳纤维用于无人机叶片与骨架开发；织带企业对涤纶工业丝、芳纶等高模量纤维的关注，进一步凸显功能及高性能材料在工业领域的延伸应用。

三是基于行业共识与技术风向标，自驱动与自适应纤维成关注点。

在静态展上，面料商成为展会交流主力，其决策逻辑呈现“功能数据化”特征：苏州春盛 32.3% 中空度的高中空聚酯纤维、山东蓄热锁温技术的具体指标成为采购关键参考。热湿舒适性调控聚酯纤维因能自驱调控人体温湿度变化，在运动面料领域备受关注；rPET/PTT 中空双组分纤维、双组分复合聚酰胺纤维的机械弹性升级引发观众热议。此外，二氧化碳基聚酯纤维凭借碳捕集技术构建的“低碳壁垒”，吸引大批寻求绿色转型的企业关注，推动行业向“技术参数 + 场景验证”的务实方向发展，自适应功能与循环再生的深度融合成为下游应用和关注的核心指向。TA

纤塑价值，共创未来

纤维 · 设计 · 品牌开启材质基因的跨界对话

■ 本刊记者 _ **王利**

会上，三位专家各抒己见，带来思想碰撞。

从纤维研发到品牌应用，从产品设计到消费市场，纺织服装行业各环节只有双向奔赴，才能让纤维价值得到最大化诠释。6 月 12 日，中国化学纤维工业协会主办的“纤塑价值专场——纤维 · 设计 · 品牌：材质基因的跨界对话”活动在 2025yarnexpo 大湾区纱线展期间举办。

活动现场，江苏三联新材料股份有限公司董事长王健康，深圳歌力思服饰股份有限公司面料开发助理总监黄治冠，前海云熵（深圳）科技有限公司总经理康乐分别代表纤维、设计、品牌端，分享纺织产业链跨界融合的理念与思路，为行业上下游协同创新提供了新的参考方向。

近年来，下游应用市场对纤维材料的性能要求不断升级，随着终端应用场景的多元化和专业化程度不断提升，部分领军纤维企业不断突破产业边界，实现从传统供应商角色向产业链价值整合者转型升级，而更多的品牌与设计企业直击产业源头，从纤维端寻找创新的突破口，构建起从纤维、设计到品牌的协同创新体系。

王健康分享了“卷”时代下，为客户提供从材料创新到品牌赋能的全链路解决方案，“以功能创新为核心驱动，公司通过灵活配置生产线，以及强大的快速研发能力，精准填补了市场空白，成功把握了纤维行业向差异化、功能性转型的机遇。同时，打造‘小单快反’柔性生产模式，积极响应市场需求，并深度绑定品牌端的需求闭环，围绕绿、弹、轻、暖、凉、柔六个产品方向，领跑细分市场，产品广泛应用于户外、瑜伽、商务、休闲、医用等各个领域。”

作为品牌代表，黄治冠分享了可持续面料在高端女装的设计应用。“歌力思的可持续面料研发遵循优雅风格设计，与品牌 DNA 相结合，致力于推动可持续环保理念与客户共鸣，同时注重与高级天然纤维相结合，如有机真丝和超细羊绒、超细羊毛等珍贵天然材料。”黄治冠表示，未来歌力思将继续探索新型环保材料，同时进一步拓展面料的功能性，如抗菌、防紫外线、智能调温等，满足消费者对健康和舒适的需求。

作为研发策略与设计市场需求的研究专家，康乐分享了以始为终的时尚产品研发思路。在他看来，经典的面料做到质量更稳定、更具性价比，也能拥有广阔的市场，最容易构建商业壁垒的方式就是相同价格下每个环节都比同行好一点。康乐特别强调，哪怕成本有限，云熵也要坚持绿色路线，并建议面料企业兼顾选择目的地国家认可的绿色认证体系。

同时，三位专家还针对“如何挖掘并传递中国材质基因中独特的科技内涵与文化故事，助力中国品牌在全球竞争中建立差异化优势和话语权？如何通过纤维‘二次创造’，将基础纤维的‘原始基因’放大，满足品牌和设计师更高要求？”等话题各抒己见，通过思维碰撞启迪未来之变。TA

会议聚焦深海系泊、智能检测、材料创新等热点领域的发展。

小纤维撬动大产业

2025 年第五届国际绳网大会在青岛召开

■ 本刊记者 _ **李亚静**

从深海油气平台的系泊绳缆到太空探索的特种织物，从应急救援的生命防线到智能穿戴的柔性终端，绳网产业以“小纤维撬动大产业”的姿态，在全球产业链中占据愈发关键的位置。

随着全球海洋经济、高端装备制造和新能源产业的快速发展，绳（缆）网行业在深海系泊、智能装备、安全防护等新兴领域展现出巨大潜力。为提升国内绳（缆）网行业的创新功能，助力产业可持续发展和快速转型升级，6 月 13 日，以“绳智深蓝，网启未来”为主题的 2025 年第五届国际绳网大会在山东青岛召开。

中国纺织工业联合会副会长李陵申、中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅、中产协绳缆网分会会长沈明以及来自绳网产业链上下游、科研机构、终端用户等的 160 余位专家、学者、企业代表参会。

本次会议由中国产业用纺织品行业协会主办，中产协绳（缆）网分会、青岛海丽雅集团有限公司、青岛大学、海检检测有限公司承办，国家海洋设备质量检验检测中心（山东）、蛟龙（青岛）绳缆检测认证有限公司协办。

▶ 高端视点

以“新质生产力”构建产业新生态

2024 年，绳、索、缆行业规模以上企业营业收入同比增长 15.2%，利润总额同比增长 14%，出口额在复杂国际环境下仍保持 3.2% 的增长，展现出强劲的内生动力。

在政策引导下，中国绳网产业规模持续扩大。李陵申表示，站在“十四五”收官与“十五五”开篇的历史节点，绳网行业需以“新质生产力”为核心驱动力，构建“科技引领、绿色低碳、全球协同、共享价值”的产业新生态。针对未来发展，李陵申提出四点建议：一、强化科技自立，突破关键核心技术；二、深化绿色变革，构建循环产业体系；三、拓展应用场景，激活全球市场需求；四、加强全球协同，完善产业治理体系。

“让每一根绳索都经得起风浪考验。”青岛海检集团有限公司党委副书记、总经理毕见清表示，检验检测是产业高质量发展的基石。蛟龙检测承担着推动绳缆产业国产替代、标准升级、国际话语权提升的重任，也是海检集团服务海洋新质生产力发展的关键举措。他表示，希望能联合行业力量，共建创新联合体，共筑国际认证网络，探索搭建海洋绳缆索大数据平台，共绘产业发展新蓝图。

青岛海丽雅集团有限公司董事长张旭明提到，近年来，海丽雅不断探索绳网产业链的延伸，逐步向安全应急产业拓展，并逐步构建起较为完善的安全应急产业体系，希望能为绳索救援领域的发展贡献一份力量，共同推动安全应急产业的进步。她谈到，海丽雅将秉持工匠精神，努力在绳缆制造业高质量发展的道路上稳步前行。

▶ 主题分享

科技绿色赋能，驱动产业链协同创新

海洋新质生产力的源头在科技创新，落脚点在海洋产业升级，关键支撑是海洋人才，具体表现形式是海洋新产业、新技术、新模式、新业态。中国海洋大学农业经济管理研究所所长秦宏围绕“培育海洋新质生产力，推动海洋经济高质量发展”主题谈到，加快培育形成海洋新质生产力，不仅需要“高精尖”科技人才，构建富有活力的科技创新体制，更需要构建现代化的海洋产业体系。

中国海洋石油集团有限公司海油工程设计院总工程师李怀亮作“深海平台系泊用纤维绳索技术挑战及应用”主题报告，围绕深海平台系泊用纤维绳索技术展开，介绍了系泊系统设计方法，分析了不同纤维缆绳的类型、特点及综合性能对比，探讨了纤维缆绳的技术挑战及应对措施，列举了国内外应用案例，并展望国内纤维缆绳技术的发展方向，如推广成熟产品、跟踪应用反馈、开发新材料等。

TTI 前董事长 Nick O'Hear 作“高性能平台系泊缆设计及应用”主题报告，介绍了 TTI 近年参与的多个浮动式风电项目，涵盖选址、系泊设计、锚定规范等环节，并介绍如何优化算法应对复杂系泊系统设计挑战。据介绍，TTI 参与 UMACK、Demowind 等多项国际合作项目，在系泊系统设计、测试及商业化方面成果显著。

海检检测有限公司董事长洪晓莉作“检验检测助力绳缆产业高质量发展”主题报告，围绕绳缆网检测行业现状，以及海检检测的主营业务、未来规划，介绍了绳缆网行业相关标准、绳缆性能测试方法与标准研究的技术路线图，并重点分享了蛟龙检测的主要检测设备、优势等。她表示，海检检测“以海为主，陆海统筹”，可为海洋工程、石油天然气、船舶等 12 个行业提供解决方案。

TTI 总经理 Stephen Banfield 作“海洋浮式风电平台系泊系统设计及实践应用”主题报告，列举了 TODA、MINGYANG 等项目，提及 TTI 在混合尼龙—链条系统及大容量风力发电机上的设计贡献；展示 TTI 进行的纤维绳索疲劳测试，包括测试设备、测试样本、测试方法及结果，验证了纤维绳索在永久系泊系统中的疲劳寿命；概述 TTI 在浮动式海上风电项目中的经验，展示其优化算法及在多个项目中的应用成果。

日本森林株式会社会长牟林玉作“金枪鱼围网发展趋势”主题报告，分析了金枪鱼围网渔船、渔具规格、模型实验方法及结果，总结了金枪鱼围网设计要点，包括网具规模、沉降速度、耐磨性能等，并探讨了网具大型化带来的问题，提出金枪鱼围网渔业合理化、高效环保、资源合理利用及产业自动化等发展趋势。

中国水产科学研究院东海水产研究所研究员马海有作“高性能纤维耐久性在深远海养殖工程应用中发展前景”主题报告，重点讨论了高性能纤维绳网的性能、国家深远海养殖与风电规划、非耐久性纤维对绳网发展的影响，以及绳网耐久性创新要素，包括纤维材料性能创新、设计与编织创新、复合材料与后处理创新、装备与应用创新。还提及耐久型 HMPE 纤维绳网在多个领域的成功应用。

郑州航空工业管理学院大数据科学研究院院长王军作“人工智能与制造业融合发展”主题报告，介绍了人工智能与制造业融合发展的背景现状，围绕研发设计、生产制造、运营管理、产品服务等环节介绍了人工智能与制造业融合发展的关键技术及案例，并指出从单点智能向全流程智能演进、AI 决策成为可能、物理世界与数字世界的深度融合等发展趋势。

海丽雅集团从 1922 年创立的小作坊，目前已发展成为以海洋装备产业、防务装备产业、安全应急产业三大板块为主体的国家高新技术企业。青岛海丽雅集团有限公司副董事长、总工程师、技术中心主任黄涛作“创新无界：以绳网技术创新发展，开创安全未来”主题报告，介绍了海丽雅集团的发展历史、产业布局、参与的标准建设、产学研合作及未来规划等。

湛江经纬网厂董事长张春文作“乘风破浪 绘就海洋产业建设新画卷”主题报告，详细介绍了其渔网具研制生产、重力式深水网箱设计建造施工、海洋牧场项目建设、水产养殖及水产品加工等核心业务板块，并通过近三年重点工程项目案例，展示了其强大的研发设计能力和完善的质量管理体系。

会议特设产品展示区，企业代表与参会代表进行了深入交流。

▶ 圆桌探讨

绳索检测能力建设，助力行业转型升级

圆桌会议环节，围绕“绳索检测能力建设，助力行业转型升级”主题，四兄绳业首席技术官兼首席科学家周家德，中产协科技发展部副主任、全国产业用纺织品标准化技术委员会副秘书长、中产协标准化技术委员会秘书长黄景莹，农业农村部绳索网具产品质检中心常务副主任石建高，中国海洋大学教授赵林，海检检测有限公司常务副总经理王青松，深圳万测试验设备公司创始人安建平等齐聚一堂，共同探讨绳网检测能力建设的有效路径。

本次交流讨论围绕绳索行业发展的核心议题展开，形成了诸多重要共识。绳网标准与检测能力建设是一个系统工程：“标准”是检测的依据，通过科学严谨的标准体系，明确产品应达到的标准。“检测”是通过先进可靠的检测能力，客观公正地评价检验产品是否达标。而“建设”是核心，要学习借鉴国外绳网标准和检测建设的先进经验，持续投入资源，完善标准体系，加强绳网专用检测设备的开发，扎实做好专业认证，提升检测实验室的硬件与软件、人才与管理水平。因此，只有标准与检测同时重视两手抓，才能真正筑牢绳网产品的安全底线，推动行业健康、高质量发展。

会上举行了蛟龙（青岛）绳缆检测认证有限公司与英国 TTI 检测实验室签约仪式，以及《Handbook of Fibre Rope Technology》中文版《纤维绳索技术手册》出版仪式。

值得一提的是，会议特设产品展示区，集中展示了绳网产业链上下游企业的最新技术和产品，展区企业代表与参会代表进行了深入交流。与会代表还参观了国家海洋设备质量检验检测中心。

会议同期召开了中产协绳（缆）网分会第二届五次理事会，发布了理事会工作报告。与会代表就绳网行业运行现状、政策支持、标准建设、绿色发展等关键议题进行了探讨与交流。TA

产业链深度调整，中国纺机“韧性破局”

■ 本刊记者 _ **墨影**

在全球产业链深度调整，低碳经济浪潮席卷，技术革新日新月异的背景下，中国纺织机械行业正站在转型的十字路口。从高端装备的国产化替代，到绿色循环经济的探索；从智能化工厂的全面升级，到国际市场的逆势突围，行业领军者们以“破局者”的姿态，勾勒出充满韧性与活力的变革图景。

聚焦核心，技术自主与产业链重构

近年来，中国纺织机械行业的成长有目共睹，前沿技术加持下的装备迭代升级，驱动着中国制造从“规模优势”转向“技术红利”。越来越的中国纺机企业以“硬科技”为矛，打破国际垄断，实现了从“跟跑”到“并跑”甚至是“领跑”的跃迁，不仅重塑着行业价值链条，更为全球纺织产业注入新动能。

碳纤维被誉为“黑色黄金”，其装备与材料的国产化曾是制约中国高端制造业发展的“卡脖子”难题。精工科技的实践，为这一领域提供了破局样本。通过自主研发 JCTX300 型碳化线设备，精工科技以国际同行 60% 的运营成本实现同等品质生产，不仅打破国外垄断，更将中国碳纤维装备推入全球高端制造第一梯队。

鹰游纺机在高性能碳纤维和复合材料成套装备领域，不断突破技术壁垒，以高端化、智能化的战略眼光，为国产碳纤维装备的发展注入了新的活力。

如精工科技董事长孙国君所说，“发现痛点，创造机会，是技术型企业生存的核心逻辑。”这种逻辑同样体现在锦峰纺机拥抱变化的积极作为中，他们在高校专家指导下优化热处理工艺，并通过引进新设备，使得新品使用寿命提高 30% 以上。

我们更要看到的是，技术自主背后产业链生态的重构。从碳纤维“原丝—碳化—复材”全链布局，到佳人新材料的废旧纺织品循环再生技术，再到东佳集团的多品种纤维梳理探索，行业企业正以“链式思维”整合资源，构建从研发、制造到应用的全新商业生态。这种生态重构，不仅提升了行业附加值，更在绿色低碳与资源循环领域开辟新赛道。

数智转型，从“制造”到“智造”的跨越

数字化转型已成为行业共识。

天门纺机董事长沈方勇的“数转智改是企业必修课”理念得到了广泛认可。他说数转智改是顺应时代趋势的“历史必答题”；是突破技术、资金、人才壁垒的“高难奥赛题”；是检验企业综合实力的“基础综合题”；是权衡长期投入与短期效益的“多项选择题”；建议企业顺势而为推进智造，有备而战、厚积薄发、量力而行。

近年来，纺织机械行业涌现了不少数转智改的“优秀答卷”。

作为织造机械领域智能制造的标杆，海佳机械在数字孪生虚拟工厂、全流程智能化装配、高精度加工、绿色高效智能喷涂、智能仓储及检测等多方面进行了深入探索，订单交付周期显著缩短、动态调度实现精准生产、生产效率显著提升、产品一致性及智能运维响应速度显著提高。精工科技通过 MES 系统与设备联网实现“数智工厂”升级；无锡宏源机电以全流程数字化加弹工厂系统推动效率跃升；恒天立信则致力于打造全球首个布匹染色全流程自动化生产线。这些实践表明，数智化不仅是生产效率的提升工具，更是企业应对市场波动、实现精益管理的核心抓手。

然而，转型并非盲目跟风。恒天立信总经理陈鹏强调：“数智转型要因地制宜，方向比努力更重要。”迎阳无纺董事长范立元表示，“企业做数转智改，要看胆量和条件，不能为了‘赶浪头’而上。”重庆金猫董事长杨崇明也赞同“数智转型势在必行，但要稳步前行，不能急于求成”的观点。

相信“久经沙场”的企业家们定能根据自身定位，选择适合的路径。

国际竞合，在“内卷”与“外拓”中寻找平衡

面对地缘博弈与产业转移的双重冲击，行业需要以更开放的姿态参与全球竞合。东南亚产能扩张带来的设备需求、欧美市场对绿色技术的刚性要求、“一带一路”沿线的产业链缺口，都在重塑国际市场的版图。

当前，纺织机械行业面临双重挑战：国内市场的“内卷化”竞争与国际市场的“不确定性”交织。必佳乐总经理刘明以“卖铲子的人”自喻，道出行业本质——无论客户转向东南亚还是坚守本土，设备需求始终存在。

但如何在全球产业转移中抢占先机？

从行动来看，精工科技以 5 亿美元国际订单证明，技术优势与本地化服务是关键；白鲨针布通过“一带一路”布局新兴市场，展现了战略前瞻性；五洋纺机在越南购置土地加快全球市场拓展，迈出了出海的一大步。 从心态来看，常熟纺机董事长钱陈辉提出的“长期主义”或许是最好的答案，全方位考量机遇与风险，以“构建良性生态”应对短期波动。

中国企业必将从“产品出海”迈向“生态出海”，通过技术标准输出、本地化服务网络建设、跨境产能协同，构建全球化竞争新优势。这种战略升维，既是对“逆全球化”的破局，也是对“中国智造”品牌的价值重塑。

从高端装备的国产化突破，到数智工厂的全面落地，从国际市场的逆势增长，到绿色技术的创新实践，中国纺织机械行业正以“破局者”姿态，在挑战中重构竞争力。正如青岛东佳董事长毕晨峰所言：“像乌鸦喝水一样，寻找适合瓶口的石子。”

行业的未来，属于那些既能仰望星空又能脚踏实地，以技术创新为矛、以生态共赢为盾的探索者。在变革的浪潮中，唯有韧性生长，方能立于不败之地。TA

广州500多家专业市场加速“三融合”

■ **老罗** / 文

数据显示，广州规模在亿元以上的市场超过 100 家，亿元以上市场年交易额超 2000 亿元。当下，广州市星级市场培育发展呈现“B 端 C 端融合、线上线下融合、内销外贸融合”三大融合趋势。

6 月 12 日，2025 中国 · 广州市场产业高质量发展大会、广州商贸创星领航之夜活动顺利举行。本次活动以“创星领航未来 共铸产业新辉”为主题，由中国市场学会、广州市商务局等单位指导，广州市场商会、广州市白云区石井街商会、广州市白云区三元里街商会、广州市荔湾区站前地区商会、广州市越秀区矿泉商会、广州市白云区松洲街商会联合主办。

活动以“集群商圈 + 产业跃迁”为主线，发布星级市场培育专项工作报告、PRO MARKET“二四六八十”系列活动、经典路线，启动“产业数字智能协同行动”“老字号专业市场”“产业出海”三大计划，同步进行主旨分享、商圈实战等多元分享。

广州市商务局副局长陈彦川表示：“要用足用好国家赋予广州的国际消费中心城市培育建设、现代商贸流通体系试点等政策红利，大力支持发展一批在全国叫得响、全球有影响的专业市场。要顺应市场竞争新形势、新变化、新特点，进一步强化批零一体、内外贸一体、线上线下一体，培育一批国内国际市场融通协同的优质贸易企业。”

23 家市场入选星级培育名单
老字号市场遴选有序开展

广州专业市场在国内最早发展起步，并不断涌现一系列创新模式，具备丰富的商贸文化积淀。

会上，《2025 年星级市场培育专项工作报告与老字号市场工作计划》正式发布。本年度共有 23 家市场入围培育名单，工业消费品类第二批共 14 家、农副产品类第一批共 9 家。其中，6 家入选五星级商品交易市场培育名单。截至 2025 年，累计 63 家市场入围星级市场培育专项工作，星级市场主要分布在越秀区、荔湾区、白云区，行业集中在纺织服装、皮革鞋包、农副产品、电子数码等品类。

广州市星级市场培育发展呈现“B 端 C 端融合、线上线下融合、内销外贸融合”3 大融合趋势。

在广州市商务局指导下，广州市场商会在全国首创制定《广州市老字号专业市场遴选办法》，明确了广州老字号专业市场的概念内涵、申报条件、遴选程序、动态管理规定等要求。

据悉，老字号专业市场是指广州市历史底蕴深厚、传统产业特色、文化价值鲜明、社会认同度高、商品竞争力强，承载着广州独特的商业文化与行业记忆，在广州市内注册登记且经营状态良好的专业市场。

5 大商圈竞相发力
差异化布局引领区域升级

在行业转型升级、星级市场培育、特色产业消费集聚区建设的过程中，白云石井、白云三元里、荔湾站前、越秀矿泉、白云增槎食材 5 大商圈积极发挥引领作用，推动区域产业升级，进一步提升全球商贸影响力。

其中，石井商圈作为广州四大服装批发商圈之一，现有 145 万平方米专业市场，以鞋服、布匹为主，年交易额超 1000 亿元。三元里商圈拥有中国最大的皮具市场集群，涵盖 16 个专业市场，2024 年交易额高达 300 多亿元，商圈培育出了娇兰、丹姿、稀物集等知名品牌。站前时尚商圈作为时尚产业重要基地，拥有 25 个专业市场、11 栋商务楼宇和 1 处待开发地块，已形成鞋业鞋材、服装、饰品三大时尚主题商圈。

广州市场商会负责人表示，近年来，石井商圈、三元里商圈、站前商圈、矿泉商圈以及增槎路食材商圈主动求变，通过数字化转型、业态融合、服务优化等多元举措探索发展新路径，在提升商业活力、拓展市场空间等方面取得显著成效。实践表明，行业迈向高质量发展，既需要单个市场精耕细作实现提质增效，更离不开商圈整体的协同联动。

会上，“产业数字智能协同行动”正式启动。

数智协同产业出海
双轮驱动产业跃迁

为贯彻落实商务部、国家发展改革委等 8 部门《加快数智供应链发展专项行动计划》，广州持续推动产业链供应链国际合作，进一步增强产业链供应链竞争力和韧性。

会上，“产业数字智能协同行动”“产业协同出海计划”正式启动。据悉，“产业数字智能协同行动”将通过“政策—研究—市场—商户—服务”构建多方数智化生态，破除技术壁垒和业务壁垒，深入开展龙头企业数字化、智能化变革，系统推进商贸流通产业全面转型升级。

围绕“产业协同出海计划”，专业市场将以“广州 PRO MARKET”统一品牌形象系统开拓东南亚、中东、非洲等新兴市场，与国际贸易伙伴在多领域提升双边协作互惠，并通过常态化开展外商走进专业市场活动、成立广州产业出海联盟、构建“广州产业出海”服务平台等举措，降低中小企业出海门槛，达到三年内带动超 200 家企业出海，新增外贸额超 40 亿元的经济目标。

此外，围绕“千年商都供应链新韧性与产业生态共建”，广州市场商会副会长、广州霖园装饰材料有限公司总经理叶东驹与广州市城发投资基金管理有限公司董事长黄纪元、广东丑寅控股集团总经理郑嘉奇等开展共创对话，从不同视角探讨行业面临的发展机遇和挑战。

面对全球贸易格局变化与挑战，广州专业市场行业还在会上进行联合倡议，合力抱团加快产业联动、锚定出海、渠道共建，奋力打造广州商贸竞争新优势。

PRO MARKET“二四六八十”
好玩好逛“叹遍”广州市场

去年 12 月，广州市场行业全新 IP 形象“PRO MARKET”一经发布，就火爆走红。今年广州市场行业围绕“两个行业大会”“四个消费季”“六个不同品类采购节”“以外商走市场、产业首发等落实羊城消费新八景”“十万达人逛市场”，联动开展 PRO MARKET“二四六八十”系列活动。

本次活动发布“广州 PRO MARKET 经典路线”，11 条经典路线串联越秀、荔湾、海珠、白云、天河 5 个中心城区，囊括各大特色商圈、星级市场、优质品牌，一次性满足采购商、游客和市民朋友的全部愿望。同时，活动现场还打造“广州 PRO MARKET · 经典路线、产业商圈、源头优品”沉浸式体验空间，集中展示服饰鞋帽、护肤美妆、咖啡茶饮等优质产品，一展广州专业市场特色风貌。

商因城旺，城以商兴。着力扩消费、稳外贸、稳外资，是时代赋予广州的使命。持续强市场、活贸易、促消费，是市场行业的重要工作。市场行业将扎根广州、赓续商脉，以实干担当勇敢作为，共铸“千年商都”新辉煌。TA

新“国九条”对纺织服装上市公司的影响

■ 郑宽 李涛 / 文

“国九条”是指国务院发布的关于资本市场的一系列政策，迄今共颁布了三次，即 2004 年 1 月 31 日颁布《国务院关于推进资本市场改革开放和稳定发展的若干意见》，2014 年 5 月 9 日颁布《国务院关于进一步促进资本市场健康发展的若干意见》，2024 年 4 月 12 日颁布《国务院关于加强监管防范风险推动资本市场高质量发展的若干意见》。每次“国九条”的政策颁布都对上市公司带来巨大影响。

通过对比三次“国九条”，找到政策变化点，本文以纺织服装上市公司为例，从入市、退市、存续上市公司三个角度，分别预测对上市公司造成的影响，并提出上市公司应该通过聚焦主业、提升盈利能力、采取市值管理手段、提升治理水平四个手段提升企业的市值。

第三次“国九条”（以下简称“新‘国九条’”）涉及总体要求、上市公司准入、持续监管、退市监管、证券基金机构监管、交易监管、推动中长期资金入市、进一步全面深化改革开放和推动形成促进资本市场高质量发展的合力九部分内容。前两次“国九条”的发布侧重于推动扩大市场规模，此次则侧重于“发展”与“监管”。

上市准入标准提高

主板、创业板、科创板入市硬性指标提高。以财务指标为例，2023 年深交所和上交所首次发布了适用于主板的首次公开发行股票上市（IPO）市值和财务指标要求（二者要求一致），2024 年对其进一步修改，提高了净利润、现金流量、营业收入和市值的标准。深交所发布的创业板上市标准提高了净利润、市值的要求。科创板对最近三年累计研发投入金额、最近三年营业收入复合增长率要求有所提高，同时提高了发明专利数量要求。上市公司入市标准相较于第一次、第二次“国九条”而言有所提高。

入市审核更加严格。新“国九条”通过扩大对在审企业及相关中介机构现场检查覆盖面、进一步压实交易所审核主体的责任、建立审核回溯问责追责机制、建立中介机构“黑名单”制度等手段强化发行上市全链条责任，这意味着上市公司审核将更加严格。

据不完全资料显示，2023 年纺织服装行业新增上市公司有彩蝶实业、扬州金泉等，而 2024 年纺织服装行业并没有新增上市公司。

退市企业数量将进一步增加

三次“国九条”均提及了退市制度，第二次“国九条”提出了主动退市，新“国九条”在“加大退市监管力度”部分指出“加快形成应退尽退、及时出清的常态化退市格局”，意味着部分上市公司将被淘汰，上市公司整体质量得到提升。据不完全统计，2024 年纺织服装上市公司退市 9 家，是近 6 年退市公司数量最多的年份，包括 *ST 中绒、*ST 柏龙、*ST 高升、*ST 贵人、ST 起步、同大股份、ST 阳光、*ST 新纺、ST 新纶。退市原因包括经营不善、股价连续 20 个交易日收盘价低于 1 元而触及面值退市的规定、财务造假、信息披露违法违规等。随着新“国九条”的逐步推进，证监会不断推出新的政策落实措施，退市企业数量将会进一步增加。

上市公司受到的监管力度加强

上市公司将迎来牛市。第一次“国九条”颁布后，2007 年股票一路飙到 6000 多点，迎来了“大牛市”。第二次“国九条”颁布后，2015 年股票涨到 5000 多点。前两次“国九条”的颁布，在间隔一段时间后都迎来了“牛市”。第三次“国九条”的颁布，也有望在一段时间后迎来新一波牛市。

图 1 三次“国九条”颁布时间及影响比较

数据来源：东方财富网

受到的监管力度加强。信息披露、公司治理、减持规则、现金分红等方面的监管力度进一步提升。新“国九条”对上述方面例举了已经出现的问题，包括财务造假、资金占用、大股东绕道减持股份并上缴价差、多年未分红或分红比例偏低等。纺织服装领域也出现了上述问题，如信息披露方面，2023—2024 年度，被评为 D 类信息披露不合格的纺织服装企业包括如意集团、ST 步森、ST 摩登、美尔雅、ST 起步、康隆达等；财务造假方面，新野纺织在 2016—2022 年度报告中连续财务造假，虚增、虚减营业收入、营业成本，虚增存货，虚增研发费用等。在新“国九条”颁布后，上市公司受到的监管力度将进一步加强，意味着上市公司将更加注重合规经营和提升自身质量。

提升企业市值的四个手段

第二次国九条在“发展多层次股票市场”中的“提高上市公司质量”部分提及了“鼓励上市公司建立市值管理制度”。由于“伪市值”等事件频发，新“国九条”在“严格上市公司持续监管”中提到“制定上市公司市值管理指引”，将市值纳入企业考核评价体系，严打以市值管理为名的违法违规行为；在“加大退市监管力度”部分提及完善市值标准等交易类退市指标。

（一）聚焦主业

新“国九条”指出鼓励上市公司聚焦主业。据不完全统计，纺织服装上市公司中，不足 20% 的企业营业收入超过百亿。制约企业规模的原因之一在于纺织服装行业平均利润率相对较低，同时也是部分企业将业务拓展至其他领域的主要原因之一。如孚日集团以家纺为主（2023 年营业收入占比 73.4%），逐渐将业务扩大至涂层材料、锂电池等领域。部分企业由纺织服装领域完全转入进其他行业，如新洋丰 1990 年上市，2014 年完成了重大资产置换及发行股份购买资产事宜，主营业务由纺织印染和纺织品贸易转变为磷复肥的研发、生产和销售。跨界发展在高收益的同时也面临着巨大风险。

虽然纺织服装行业利润率水平较低，但是并非没有专注于纺织服装领域且具备高市值的企业。安踏专注于体育用品相关领域，2023 年年度报告中，按产品类别划分，产品只包括鞋类、服装、配饰三类。通过并购重组手段，扩大市场占有率的方式，实现市值大幅度跃升。先后收购了户外运动品牌迪桑特 DESCENTE（2016 年）、可隆 Kolon Sport（2017 年）、始祖鸟 ARCTERYX（2019 年）以及萨洛蒙 Salomon（2019 年）、网球装备品牌威尔胜 Wilson（2019 年）等。2015 年市值为 2158 亿港元，2020 年市值突破 3000 亿港元，2021 年曾一度达到 5023 亿港元。

纺织服装上市公司应通过制定战略规划、调整业务结构、优化资源配置等方式聚焦纺织服装业务，并做大做强核心业务。做强核心业务的方式包括打造核心专长、建设核心市场、开发核心客户等。

（二）提升盈利能力

三次“国九条”中，新“国九条”首次提到分红，并多次提到。分红有利于保障投资者权益、增强投资者信心等，但新“国九条”提出的推动“一年多次分红、预分红、春节前分红”对公司经营带来了挑战。多次分红意味着企业账面上的现金余额更少，这些资金原本可以用来再投资或作为财务缓冲，分红也可能导致财务成本的增加，若分红后企业需要使用而资金不足，需要通过借债或增发股票等方式筹集。解决分红带来的影响的有效途径之一是提高公司盈利能力。盈利能力增强后，财务状况更加稳健，现金流更加充沛，在满足企业日常运营和未来发展所需资金以外，仍有足够的资金用于分红，为多次分红提供保障。

健盛集团 2015 年上市，除 2020 年因计提商誉减值等原因造成经营亏损未进行利润分配，其余年份均向股东进行了大额分红。2023 年前三季度净利润表现亮眼，实施了季度分红。2014—2023 年累计分红 7.85 亿元，平均股息支付率高达 49.28%，在 A 股上市企业中属于“先头部队”。健盛集团主营业务仅涉及纺织服装领域，2015—2023 年，除 2020 年为大幅度亏损以外，大部分年份利润率在 11% 以上，远高于行业平均利润率，高利润率为分红提供了良好财务基础。

2023 年纺织服装行业平均利润率为 3.8%，利润率水平较低。可以通过提升产品质量和创新设计、强化市场营销和品牌建设、优化供应链管理、制定合理的定价策略、企业精细化管理等手段提升利润率。

（三）采用市值管理手段

可采用多种市值管理手段提升上市公司市值，如回购股份、股权激励。

采取回购股份手段。新“国九条”中明确指出，“引导上市公司回购股份后依法注销”。当公司有剩余可支配现金，且认为自身股票内在价值大于市场价值时，回购股份有利于增加每股的盈利水平，也有助于提高净资产收益率，从而减轻公司盈利压力。股价大跌时，通过回购股份向市场传递对企业自身价值的信心，不仅有助于稳定股价，也有助于增强投资者信心。回购的股份可作为股权激励的股票来源。公司向股东回购股票，以此代替现金股利的发放，是近年来向股东分配利润的一个重要形式。采取股权回购手段的有中国宏桥（现有纺织服装业务），2025 年 1 月 15—17 日连续三个交易日回购 759.65 万股股份，回购资金 8758.17 万港元，并表示当股价偏离公司价值时，根据未来市场情况有进一步回购股份的可能。

采取股权激励手段。股权激励不仅有利于企业提升市值，也有利于激励和留住核心人才，将重要人才与公司利益绑在一起，增强其对公司的责任感和使命感，为公司业绩增长效力。波司登多次推出股权激励计划，其中 2020 年力度最大，2020 年 2 月 23 日公布股权激励计划，包含向 7 名高管授出 8700 万股奖励股份及向 73 名员工（包括董事、高管及核心员工）授出 3.3 亿份购股权。4 月 24 日，股价大涨 10.53%，成交额 3 亿港元。4 月 27 日股价再次上涨 6.67%，成交额 2.15 亿港元，总市值 241.4 亿港元。

（四）提升公司治理水平

公司治理水平对股价的影响是正相关的，治理水平越高越能提升公司的透明度和信息披露质量，使投资者更好地了解公司的运营情况和财务状况，从而对投资者的决策产生积极影响，推动股价上涨，也有利于公司长期稳定发展。

纺织服装企业提升公司治理水平的方法包括建立现代企业制度、加强内部管理、推进管理创新、注重人才队伍建设、加强企业文化建设等。

结语

新“国九条”的颁布提高了上市公司准入标准，上市将更加困难。退市企业数量将进一步增加，竞争力不强或不符合上市公司监管条件的企业可能“被退市”，市场竞争将更加激烈。对于留在资本市场的上市公司来说，是机遇也是挑战。准备上市的公司及现有上市公司应研究新“国九条”中内容，有针对性地研究行业内存在问题和已经取得成功的企业案例，查漏补缺，吸取成功经验。通过将纺织服装作为主营业务、提升企业盈利能力、采用市值管理手段、提升公司治理水平等方式，提升企业市值。TA

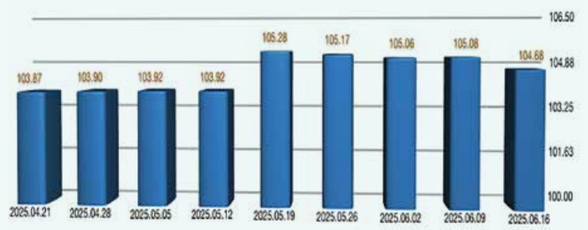
（作者单位：中国纺织建设规划院）

市场营销震荡回缩 价格指数环比下跌

20250616 期价格指数评析

“中国 · 柯桥纺织指数”20250616 期纺织品价格指数收报于 104.68 点，环比下跌 0.38%，较年初上涨 0.15%，同比下跌 0.16%。

总价格指数



中国轻纺城市场营销震荡回缩，其中：原料市场价量环比回缩，坯布市场价量环比下跌，服装面料市场布匹价量环比下跌，家纺类产品成交价量环比持平，辅料类价量环比下跌。

原料行情环比回缩，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于 86.25 点，环比下跌 0.11%，较年初上涨 7.04%，同比上涨 4.45%。

聚酯原料环比回缩，涤纶行情环比上涨。本期原料价格指数环比下跌。近期华东地区 PTA 现货主流 4820 元 / 吨，环比下跌 16 元 / 吨；MEG 主流 4375 元 / 吨，环比下跌 55 元 / 吨；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5820 元 / 吨，环比下跌 30 元 / 吨；无光切片现金或三月承兑 5800 元 / 吨，环比下跌 40 元 / 吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比推升，价格环比上涨，POY 报价 7020 元 / 吨，环比上涨 10 元 / 吨；FDY 报价 7320 元 / 吨，环比上涨 10 元 / 吨；DTY 报价 8175 元 / 吨，环比持平。上游聚酯原料价格环比下跌，下游需求环比推升，聚酯工厂涤纶长丝价格环比上涨，常规品种和新款品种成交量环比增加。

纯棉纱价格稳涨互现，再生纤维素价格环比下跌。近期，纯棉纱收报于 107.04 点，环比上涨 0.69%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比回升，价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16450 元 / 吨，环比上涨 40 元 / 吨；普梳 32S 纯棉纱报价 20950 元 / 吨，环比上涨 50 元 / 吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元 / 吨，环比持平。国产纯棉纱原料成交环比回升，纯棉纱市场交投环比增加，纺企反映走货逐日回升，询价及成交环比推升。

近期，再生纤维素类指数收报于 87.78 点，环比下跌 0.10%。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 12600 元 / 吨左右，环比下跌 220 元 / 吨。人造棉收报于 73.41 点，环比下跌 0.25%。下游人棉纱企业按需补货，需求仍没有起色，行情依旧弱势，人棉纱价格稳跌互现。30S 人棉纱价格报 17050 元 / 吨左右，环比下跌 200 元 / 吨；40S 人棉纱报 18500 元 / 吨左右，环比持平。

坯布行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 112.32 点，环比下跌 0.81%，较年初下跌 5.79%，同比下跌 4.94%。

近期，坯布市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布价量环比下跌。其中：化学纤维坯布指数收报于 104.38 点，环比下跌 0.95%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶针坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比下跌。

服装面料环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 110.03 点，环比下跌 0.49%，较年初下跌 5.69%，同比下跌 5.34%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，夏季面料下单环比下降，秋季面料下单环比回缩，对口客商入市认购局部下降，服装面料价格指数环比下跌。其中：麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、粘胶面料、涤纶面料、时尚面料类成交价量不等量下跌。

特色分类指数中：裤装面料指数收报于 105.02 点，环比下跌 0.03%；西装面料指数收报于 110.76 点，环比下跌 0.03%；牛仔服面料指数收报于 104.79 点，环比下跌 0.13%；针织工艺面料指数收报于 115.20 点，环比下跌 0.11%；吸湿性能面料指数收报于 118.53 点，环比持平。

家纺市场基本平稳，价格指数环比持平

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.96 点，环比持平，较年初下跌 0.89%，同比下跌 1.16%。

本期家纺类价格指数环比持平。近期，家纺市场行情基本平稳，整体市场价格环比持平。其中：窗纱类收报于 100.84 点，环比上涨 0.21%；其他家纺类收报于 94.81 点，环比上涨 0.11%。

市场行情环比回落，辅料指数环比下跌

据监测，本期辅料类价格指数收报于 113.26 点，环比下跌 0.23%，较年初下跌 13.57%，同比下跌 13.60%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回落，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。其中：线绳收报于 125.76 点，环比下跌 0.12%；花边收报于 173.79 点，环比下跌 0.07%；打孔圈收报于 102.11 点，环比下跌 0.23%；挂球和挂钩收报于 114.40 点，环比下跌 1.26%；窗帘轨道收报于 96.43 点，环比下跌 2.09%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因下游新订单接单情况不佳，下游需求将局部显现不足，市场行情走势平淡，面料认购踊跃度将有所下降；因国内市场需求平淡，外贸订单局部显现不足，部分贸易商和织造厂家大众产品订单仍显不足，后市夏季面料供给继续回缩，夏季大众面料现货成交和订单发货局部下降，秋季跑量产品订单发货局部显现不足，下游服装生产企业、家纺生产企业订单逐步减量，纺织品市场观望情绪较浓，整体市场成交将呈现环比小跌走势。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

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）

纺织服装周刊

TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

权威，专业，及时

- 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

新闻热线：郭春花 010-85229379　　新媒体热线：徐长杰 010-85229373

广告热线：万　晗 010-85229640　　发行热线：　张　艳 010-85229026

纺织服装周刊
微信公众号