

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 2025.07.07 | 第24期 | 总第1224期





中国轻纺城
China Textile City



中国轻纺城窗帘布艺协会
China Textile City Curtain Fabric Association



ufi
Approved
International
Event



绍兴柯桥
国际纺博会
Shaoxing Keqiao International
Textile Expo

深化源头产地优势
打响柯桥窗帘品牌

2025 第十六届
绍兴·柯桥

中国轻纺城窗帘布艺(遮阳)展览会

2025 THE 16TH SHAOXING KEQIAO CHINA TEXTILE CITY CURTAIN FABRIC EXHIBITION

开展
时间
TIME

2025/08/14—08/16

开展
地点
ADD

绍兴国际会展中心(新馆)

Shaoxing International Convention & Exhibition Center

展品涵盖:窗帘窗纱、窗饰、遮阳系列、智能家居、相关辅料及墙面软装、床上用品、地毯、沙发布、机械等产业生态。

展览面积超30,000平方米

500+ 行业源头供应展商

打造柯桥源头生态产销基地



相 | 约 | 柯 | 桥

HONGGMIAN



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



红棉国际时装城

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		
	许依莉		
美编	郭 森		
	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	牛学轶		

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: 
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*

共商跨境出海新路径
下半年 330 多场外贸优品中华行继续办
政产学研来推进，仙桃非织造布发力全链条创新

08

关注 *Attention*

筑牢作风强根基，创先争优续华章！
见证全球气候治理“中国方案”纺织智慧

12

特别报道 *Special*

AI 赋能，打造千亿级纺织服装产业新高地

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

不止于制造！柯桥纺企的品牌进阶之路
从“卖布小哥”到行业引领者
轻纺城国际物流中心成功引入 5 亿元战略投资

18

封面人物 *Figure*

蒋焱：做企业要出产品，也要出思想

20

棉纺 *Industry*

一场由“国产棉”倡议衍生的产业生态重构

21

市场 *Market*

连健文：以创新织就十三行时尚产业新图景



P23

22

品牌 *Brand*

答好气候治理的时代课题，波司登 ESG 引领可持续时尚
针线织春光，匠心叙未来！
康赛妮：以包容之心对话世界，让中国时尚惊艳全球

26

指数 *Index*

市场营销震荡推升 价格指数环比上涨



刘 萍
《纺织服装周刊》总编辑

原始创新代表着未来

当下，纺织行业正处于一个深刻变革的时代。新材料、新工艺、新技术、新场景不断涌现，为纺织产品的升级和产业的转型提供了广阔的空间。特别是高性能纤维、智能纺织品、绿色环保材料等领域的应用取得了显著进展，使得纺织产品的功能和品质得到了极大提升，激发了潜在需求，引领了消费。

6 月的一天，当笔者如约来到常州恒利宝纳米新材料科技公司采访董事长蒋焱时，他和两个老朋友、也是合作企业家拿着一卷刚从国外带回的功能膜面料讨论得正欢。作为“技术控”，蒋焱在大办公室里设置了一个实验操作台，需要了解什么参数，马上起身过去检测，数据的支撑让他们的讨论得以继续深入。

和很多做石墨烯的人不太一样，蒋焱想把恒利宝做成一个有耐心、有长期打算的企业。目前恒利宝在河道的污水治理、医用敷料对愈合速度的提高等方面都取得了突破。如蒋焱自己所称，“企业为什么要去做研发？因为研发可以让你持续有增长。”对于一些考察，不管国内国外，如果条件允许蒋焱基本上都会参加，他认为做材料的人就应深度研究这个材料，时刻要了解目前最前沿的东西在哪里，我们跟他的距离有多远？如果努力一下我们可不可以够得到，甚至我们可以超越他？

如果说恒利宝公司像是一个实验室，那么蒋焱更像是一个技术专家，身边也聚拢了一群人，他认为石墨烯的新材料之路必然是产学研用上下游共创的进阶之路。万物可织趋势明显，未来产业成为重要形态，而跨界协同创新是未来纺织最有可能的新增长点，无论是战略新型材料还是生物医用纺织品等都是未来产业的重要因素。

放眼行业，上海洁宜康研发的无镍遮热纤维，通过在纺丝阶段添加无机微粒子、利用异形纤维反射或在薄膜添加金属涂层等方式，遮挡可见光、红外线和紫外线，遮热率达 48%，遮热等级达 S45；恒天嘉华一款以玄武岩为主材的非织造布研发实现突破，可耐受高温 1300℃，有望应用于国产消防服等特种设备生产领域；溢维环境的靛蓝在线回用系统在束染机上首次应用，便实现了 95% 以上的靛蓝、水循环回用，为牛仔行业的循环经济发展创造了新范式……

在多学科交叉、多技术渗透、多领域融合的科技发展趋势下，纺织行业正不断提升创新策源能力与引领能力，在“技术—要素—产业”的传导中，推动传统产业的高端化升级、前沿技术的产业化落地。

对于纺织行业未来的增长机会，正如中国纺织工业联合会副会长端木小平所说：“内需是关键，国际化是机遇，高端化、品牌化、智能化是必由之路，原始创新则代表未来。”

View point / 产经看点

据国家统计局网站消息，6 月份，中国制造业采购经理指数为 49.7%，较上月上升 0.2 个百分点，连续 2 个月上升。

——国家统计局

中国物流与采购联合会数据显示，1—5 月份，全国社会物流总额为 138.7 万亿元，同比增长 5.3%。5 月当月增长 5.0%，较上月回落 0.5 个百分点，波动幅度环比有所收窄。

——中国物流与采购联合会

6 月 27 日，市场监管总局公布数据显示，截至 5 月底，全国实有民营经济组织 1.85 亿户，占经营主体总量的 96.76%。

——市场监管总局

据上海海关统计，今年前 5 个月，上海市外贸进出口 1.8 万亿元人民币，同比增长 1.8%。其中，出口 7873.8 亿元，增长 11.5%。

——上海海关



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

共商跨境出海新路径

2025 纺织服装渠道变革圆桌对话会在天门举办

■ 本刊记者 _ 吕杨

6 月 28 日，2025 纺织服装渠道变革圆桌对话会在湖北天门举行。本次会议以“聚焦跨境出海 赋能生态创新”为主题，汇聚国家行业协会领导、天门市政府代表、跨境电商平台及企业精英，围绕跨境电商市场趋势、产业带出海策略、新兴市场拓展等核心议题展开深入探讨，为纺织服装行业全球化布局提供智慧支持。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏、天门市人民政府副市长沈超等领导以及来自全国重点电商服务机构、平台、天门服装电商企业参加了此次会议。中国纺联流通分会副会长王水元主持会议，他强调跨境电商已成为纺织服装产业出海的关键渠道，天门作为服装电商产业重镇，将为行业变革提供实践样本。

沈超表示，作为中国服装电商版图中的重要坐标，天门通过电商赋能、科技驱动、集群发展、政策护航，服装电商产业实现了跨越式发展。2024 年，天门交出了令人瞩目的成绩：513 亿元电商交易额、6.2 亿件总销量、25% 的同比增长，跨境电商业务量更是稳居湖北榜首，产品远销全球 150 余个国家和地区。此外，天门用“数智基因”打破低效困局，重构价值链；用“双循环基建”攻克出海痛点，重构空间链；用“创一代+服二代”传承机制、产业专项资金扶持、升级“天服货”等“三大攻坚”护航产业跃迁，重构政策链。

中国纺联流通分会副会长兼秘书长吴慧颖在分享中分析了跨境电商市场的现状和特点以及国内服装产业带如义乌、石狮等发展跨境电商的经验。在谈到产业带出海相关建议时，她认为产业带应加快建起“产业带+公共服务+出海营销”的产业生态，企业要走差异化的出海策略，同时要加快、加大政策扶持力度，并推动更多中小企业融入平台和生态当中。

中国纺织工业联合会社会责任办公室副主任胡柯华围绕《纺织产业绿色转型的全球市场政策展望与实践》，为企业介绍了纺织领域的绿色转型热点。他表示，行业在积极推进碳足迹管理、绿色技术研发及“30·60 碳中



嘉宾们围绕新兴市场的机遇进行了探讨。

和加速计划”，并通过标准制定、数字化平台（如产品数字护照 DDP）提升全链透明度与循环能力，力促纺织产业绿色转型。

敦煌网华中授权服务中心招商总监朱梦雅以《全链路电商新生态 重塑跨境出海新格局》为主题谈到，平台通过 AI 趋势预测、柔性快反系统、AIGC 营销等技术，为企业实现了研发、营销等全链路赋能，助力企业降本增效。此外，中交电商公司代表谈到，希望发挥集团资源，积极支持天门服装产业带发展。

在“破局新蓝海，新兴市场拓展新机遇”圆桌对话中，中国服装协会副会长杨晓东与天门泰国海外仓负责人彭睿、阿里巴巴全球速卖通快时尚负责人周瑞峰、中国邮政集团有限公司南京市分公司国际市场部经理朱俊、亚马逊全球开店华中区域拓展与管理高级经理孙梦瑾等嘉宾展开深度交流。大家一致认为，未来，纺织服装跨境电商需以技术创新为引擎，以绿色认证为通行证，以全链路服务为支撑，加速构建“政策支持—技术赋能—服务保障”的生态体系，通过 AI 设计、智能仓储、跨境直播等技术手段，推动“中国制造”向“中国品牌”升级。

Direct/ 直击

用好重要展会、电商平台，下半年 330 多场外贸优品中华行继续办

今年 4 月以来，商务部组织的外贸优品中华行活动在各地火热开展，外贸优品成为新的消费热点，不少外贸企业也通过活动成功打入国内市场。下一步，商务部对于推进这项工作有何举措？

6 月 26 日，商务部办公厅副主任、新闻发言人何亚东就此表示，今年以来，商务部组织外贸优品中华行活动，发挥我国超大规模市场优势，帮助外贸企业拓内销，取得了积极成效。这些成效可以概括为三个“有效”。一是有效帮助出口受阻企业。截至 6 月 24 日，22 个地区已经开展了 225 场外贸优品中华行活动，参与外贸企业和采购商超过 1.9 万家，成交额 248 亿元。通过举办外贸优品中华行活动，帮助外贸企业进入国内市场，促进稳就业稳企业稳市场稳预期。二是有效丰富消费新供给。重点推动优质外贸产品进入国内，通过新供给创造新需求，满足人民美好生活需要。主要电商平台和批发零售企业为外贸企业建立了“内销直通车”，促进外贸优品进入千家万户。目前，连锁商超开设了 700 多个线下专柜，11 家电商平台设立线上专区。三是有效促进内外贸一

体化经营。在办好活动的同时，着力营造内外贸一体化制度环境，打通内销堵点卡点。为外贸企业申请强制性认证开辟绿色通道，推动解决企业集中反映的 30 项标准认证问题。这些措施增强了企业内销信心。

下一步，商务部将继续办好外贸优品中华行活动，着力打造高能级平台载体，更好推动内外贸一体化发展。重点做好 3 个“提高”。一是提高活动举办水平。下半年，还将举办 330 多场外贸优品中华行活动。商务部将用好重要展会、重要消费活动、重要步行街、重要电商平台，持续提升外贸优品中华行活动影响力、辐射带动力。二是提高政策支持力度。抓好已出台的 15 条支持政策落实，重点落实好“三增三减”支持政策，用好财政、金融、保险等 3 个方面支持措施，推动减免困难企业的展位费、流量费、房屋租金，增强企业获得感。三是提高企业一体化能力。实施内外贸一体化企业倍增行动，培育一批内外贸一体化领军企业，建设一批内外贸一体化综合服务平台，帮助企业内外贸一体化经营，提升一体化发展水平。（综编）

Scene/ 现场

政产学来推进，仙桃非织造布发力全链条创新

近日，2025 年非织造布产业发展调研座谈会在仙桃举行。工信部消费品工业司二级巡视员邓小丁、中国纺织工业联合会党委副书记陈伟康、中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅、江南大学党委书记吴正国等出席会议并发言。仙桃市委书记孙道军介绍仙桃非织造布产业发展情况。

邓小丁表示，当前，非织造布产业正面临国际贸易复杂性不确定性、全球产业链重构、绿色低碳转型等多重挑战。结合行业发展趋势，希望强化技术攻关，突破产业发展瓶颈，聚焦非织造布产业上游等“卡脖子”材料，支持企业加快国产化替代；优化市场布局，提升国际竞争力，依托省市供应链平台加强供需对接，推动仙桃非织造布从“产品出口”向“品牌出海”升级；坚持绿色低碳，引领可持续发展，推动产业向低能耗、可降解方向转型；深化产研融合，夯实创新根基，打造“技术研发—中试转化—产业应用”全链条创新生态。

陈伟康谈到，仙桃市非织造产业通过“拓展领域、数字赋能、链式重构”等方式打破产业发展困境，推动产业从低端代工向高端智造、从单一外贸向内外双循环、从成本竞争向价值竞争转型，对于当前我国纺织服装行业应对复杂的国内外环境实现高质量发展具有很好的借鉴意义。对于仙桃非织造布产业的发展，陈伟康建议仙桃非织造布行业坚持创新驱动，加强专

College / 院校

青春不散场，梦想正启航！北服 2025 届毕业典礼举行

6 月 27 日，北京服装学院 2025 届毕业典礼暨学位授予仪式在樱花园校区举行。北京服装学院党委书记黄克瀛，院长贾荣林出席。北京服装学院教师、家长代表与毕业生共同见证这一重要时刻。

典礼在独具匠心的第一篇章“寻礼：衣冠承韵”中拉开帷幕。一场精心复原的晚明科举簪花礼仪服饰秀演亮相。学子身着自己制作、考据严谨、工艺精良的明代复原服饰，以文物典籍为基，从织物纹理、形制规制到色彩礼仪，深度还原历史风华。在悠扬的古乐伴奏下，簪花盛景跨越时空重现。“簪花礼”象征金榜题名的无上荣光，此刻被赋予全新内涵——既是对中华优秀传统文化的鲜活传承与北京服装学院学术深度的彰显，更是将这份穿越千年的喜悦与期许，献给踏上人生新程的毕业生。繁花缀冠，寓意着崭新人生篇章的盛大开启，架起一场贯通古今的文化对话，诠释了新时代北服青年对文化自信的践行。

在庄严的“笃行：薪火相传”篇章中，国旗护卫队步伐铿锵，护卫国旗入场。全体师生肃立，高唱国歌，赤子之心与家国情怀同频共振。全体校领导为荣获北京市优秀毕业生代表、北京市本科优秀毕业论文（设计）毕业生代表、支援西部毕业生、自主创业毕业生代表、最美退役大学生代表颁发荣誉证书。青春踏歌行，毕业生代表深情告白北服岁月，优秀校友代表寄语学弟学妹传承发扬东方美学，勉励新一代北服人以坚忍为剑，让蕴含东方美学的中国品牌闪耀世界舞台。

深情动人的“扬帆：筑梦远航”篇章将典礼推向高潮。毕业生为耕耘在教学科研、学工管理、教务图书、后勤保卫等岗位的老师献花，表达最温暖的感激之情。贾荣林在致辞中为毕业生送上殷殷嘱托与美好祝愿。

在毕业生代表的领唱下，全场深情合唱《再见》，离愁别绪与对未来的憧憬交织。校领导与师生共同唱响《我和我的祖国》《北京服装学院校歌》，激昂的歌声中，拳拳爱国心、浓浓母校情激荡不已。（耿聊）



毕业典礼现场。

News / 动态

毛纺织行业标准年会 解锁高质量发展密码

近日，由江苏阳光集团有限公司承担的全国纺织品标准化技术委员会毛纺分技术委员会 2025 年年会在河南信阳顺利召开。

会上，中国毛纺织行业协会会长刘家强对过去一年毛纺织行业标准化工作取得的工作成效表示肯定。他表示，当前，国内经济向高质量发展阶段迈进，消费者对高品质、个性化、绿色环保纺织品的需求日益增长，对毛纺产业提出了新的更高要求。面向未来，要将绿色、可持续理念更好地融入标准体系中去；要积极参与和主导国际标准的制定，推动国内标准与国际先进标准接轨、互认，为中国毛纺织工业由大变强贡献更大的标准力量。

中国纺织工业联合会科技发展部副处长韩玉茹认为，做优做强标准，发挥标准在连接科技、产业和市场的重要桥梁作用，是助力纺织工业优化升级的重要任务。对标委会工作，她提出三点建议，一是紧密围绕产业新趋势，加强创新标准研制；二是持续做好标准宣贯，充分发挥标准效能；三是加强复合型人才培育，锻造经验丰富的标准化队伍。

会议对《精梳色毛条及精梳印花毛条》《毛织物起泡卷边性能的测定 喷水法》两项标准进行审议。与会代表对送审稿进行逐条审议，并提出了宝贵的修改意见。同时，会议对《精梳毛麻制品》标准进行培训并征集 2025 年标准。（田田）



中国纺联领导为“先进基层党组织”代表颁发奖牌。

筑牢作风强根基，创先争优续华章！

中国纺联党委召开庆祝建党 104 周年主题党日
暨 2023—2024 年度“两优一先”表彰大会

■ 本刊记者_关云鹤



与会全体人员唱国歌。



新党员庄严宣誓。

为庆祝中国共产党成立 104 周年，进一步引领广大党员、职工加强党性修养、改进工作作风，6 月 30 日，中国纺联党委“迎七一，强根基，续华章”庆祝建党 104 周年主题党日暨 2023-2024 年度“两优一先”表彰大会隆重举行。

活动紧扣“传承纺织精神、传递优良作风”的主题，精心设计活动内容。中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲面向中国纺联全体党员讲专题党课，激励大家坚定理想信念，以新作风展现新担当取得新成绩。会上对 2023—2024 年度“两优一先”进行了表彰，介绍了获颁 2025 年“光荣在党 50 年”纪念章的党员情况，还开展了新党员入党宣誓、新调整党组织授章仪式等活动，进一步深化了主题，使党日活动更加丰富多彩。

此次主题党日活动以“主会场+分会场形式（视频会议）”开展，共设立 34 个分会场，近 800 名党员干部职工参加。中国纺织工业联合会全体领导班子成员，中国纺联党委委员、纪委委员、监事会负责人，各直属基层党组织书记，各部门、各单位主要负责人，工会、共青团负责人，各直属基层党组织党建联络员，基层青年理论学习小组负责人，新党员代表，以及中国纺联党委 2023—2024 年度“两优一先”获表彰人员 180 余人在主会场参加活动。中央社会工作部党建联络员刘晓贵处长到会指导。会议由中国纺联党委副书记陈伟康主持。



中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲讲党课。

专题党课：

深化作风建设引领行业发展

作风正则民心聚，作风强则事业兴。为锲而不舍落实中央八项规定精神，推进作风建设常态化长效化，中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲以《深化作风建设引领行业发展》为题，从“深刻领悟习近平总书记关于党的作风建设重要论述的丰富内涵和决定意义”“深刻总结中国纺联作风建设的积极成效和实践经验”“深刻认识违反中央八项规定精神行为的严重危害与深层影响”“深刻理解作风建设是推动行业治理现代化的必然要求与关键路径”“深刻把握以作风建设引领协会服务工作的核心要义和重要原则”“以作风建设打开协会高质量发展的新局面”等六个方面讲授专题党课。

他指出，高质量开展学习教育，深学细悟、准确把握中央八项规定及其实施细则精神的核心要义和实践要求，对于我们强定力、提能力、激活力，镜鉴历史、赢得未来，具有重要意义。希望通过这次党课，中国纺联全体干部职工都能共同深化对作风建设重要性的认识，深刻理解党的作风建设与行业协会服务工作的内在关联，进一步增强贯彻落实中央八项规定精神的思想自觉和行动自觉，以“常”的韧劲、“长”的恒心把作风建设持续引向深入，赋能行业协会服务升级，助力产业高质量发展。

会上，他深刻总结了中国纺联作风建设的积极成效和实践经验。其中，党的十八大以来中国纺联作风建设的主要成效包括：一是以制度建设提升治理能力；二是以务实作风提升服务效能；三是以节俭作风优化资源配置；四是以清廉作风赢得企业信任。协会在作风建设实践中积累的宝贵经验是：一要思想铸魂，固本培元；二要心系群众，情系民生；三要引领示范，以上率下；四要制度保障，常态长效；五要持续发力，久久为功。

他指出，推动现代化产业体系建设需要形成现代化的治理体系，行业的高质量发展离不开高水平的作风建设。在“十五五”谋划的关键窗口，以此次学习教育为契机，我们必须要将全面从严治党的要求落到实处，以作风建设为统领，通过强化思想政治建设、建立健全制度体系、创新服务方式方法、加强队伍能力建设、营造良好发展环境，不断提升服务效能与治理水平，全力打造“讲政治、有高度，专业强、有影响，负责任、有担当，受尊敬、有威信”的行业组织。

孙瑞哲最后强调，时代潮流浩浩荡荡，唯有砥砺前行者方能乘势而上；历史车轮滚滚向前，唯有坚守初心者方能行稳致远。中央八项规定不是权宜之计，而是长期有效的铁规矩、硬杠杠。我们必须时刻绷紧作风建设这根弦，驰而不息抓作风，锲而不舍树新风，服务行业发展，共创锦绣未来。

先锋动能：

筑牢组织根基，赓续红色血脉

会上，15 位新党员在中国纺联党委办公室、纪委办公室主任周腊权带领下，面对党旗，举起右拳，庄严宣誓。10 位新调整党组织代表接过中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲代表党委授予的新制党组织印章。

中国纺联党委副书记陈伟康作“光荣在党 50 年”纪念章颁发情况说明。今年，中国纺联获颁纪念章的党员共有 2 位，分别是中国纺织出版社有限公司原办公室主任冯晓玲（已退休）与中国纺织建设规划院高级工程师陆文华（已退休）。

随后，陈伟康宣读《关于表彰 2023—2024 年度中国纺织工业联合会“优秀共产党员”“优秀党务工作者”“先进基层党组织”的决定》。中国纺联领导为获表彰的“优秀共产党员”“优秀党务工作者”“先进基层党组织”代表颁发奖牌和证书。

中国纺联团委书记、产业用协会青年理论学习小组组长白晓，中国服装设计师协会会展中心副总监王影汇，中国服装协会党总支委员、专职副会长杜岩冰，纺织贸促会第二党支部书记、副秘书长林学森，中国纺织信息中心团总支书记王佳月作为中国纺联党委 2023—2024 年度优秀共产党员代表在会上交流发言。

中国纺织职工思想政治工作研究会秘书长郑国峰，中国纺织出版社有限公司党建工作联络员、办公室主任助理赖瑛琦作为中国纺联党委 2023—2024 年度优秀党务工作者代表在会上交流发言。

中国棉纺织行业协会党支部书记、会长董奎勇，中国家用纺织品行业协会党支部书记、会长朱晓红作为中国纺联党委 2023—2024 年度先进基层党组织代表在会上交流发言。TA



“优秀共产党员”“优秀党务工作者”获表彰。



会议助力纺企提升应对气候变化的创新能力。

17 年间行业排放强度下降超 60%，见证全球气候治理“中国方案”纺织智慧

■ 陈墨 / 文

6 月 25 日全国低碳日，第四届“气候创新·时尚大会”在北京举行，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲的发言振奋人心：“2005—2022 年行业排放强度下降超 60%，近两年继续下降 14%，行业持续为全球气候治理贡献中国方案、纺织智慧。”

会上，中国纺织服装行业气候创新行动的进展与展望、中国纺织行业“专精特新”企业气候行动研究报告、中国纺织业脱碳可再生能源投资可行性分析，以及纺织行业产品数字护照 DPP 白皮书等一系列重磅报告接连发布，不仅强化了纺织行业企业在低碳转型方面的引导与交流，更将提升纺织行业在应对气候变化、实现碳达峰与碳中和目标过程中的创新能力。

直面全球气候治理，纺织业迈出坚实步伐

会上，孙瑞哲在致辞中强调了纺织行业绿色发展的紧迫性与重要性，提出完善治理体系、协同创新和全球合作三大倡议。他提到，“新时期，中国纺织正围绕‘科技、时尚、绿色、健康’新定位，加快形成新质生产力。绿色理念引领科技创新，绿色内涵丰富时尚表达，绿色实践保障健康发展，‘绿色’成为构建现代纺织产业体系的生态基座与价值底色。”

中国纺织服装行业是全球纺织服装产业链的重要参与者、贡献者和推进者。自 2017 年起，中国纺织工业联合会立足产业基础，从集群端、企业端和产品端切入，协同推进行业应对气候变化工作。中国纺织工业联合会副会长、社会责任办公室主任阎岩在“中国纺织服装行业气候创新行动进展与展望”专题报告中回顾了中国纺织服装行业气候创新行动的历程，报告了“时尚气候创新 30·60 碳中和加速计划”的最新进展与盛泽纺织产业集群“双碳”行动进展，以及对“30·60 计划”2.0 版本的工作展望和具体计划。

据中国纺织信息中心等机构在会上发布的“中国纺织业脱碳可再生能源投资可行性研究报告”，我国纺织纤维加工量占全球总量 50% 以上，纺织工业年碳排放量约占全国碳排放总量的 2%，行业碳排放主要源于能源使用。因此，中国纺织工业联合会推进的“时尚气候创新 30·60 碳中和加速计划”，将绿色电力作为核心减碳路径之一。该计划实施四周年企业调研

显示，绿色电力占企业总用电量的平均占比从 2022 年的 8% 上升至目前的 23%，2022—2024 年纳入“时尚气候创新 30-60 碳中和加速计划”的企业，碳排放强度降幅超过 14%。

“绿色引领、绿色推动是我们高质量发展的关键环节，也是重要内涵。因此，我们推动‘双碳’工作有着具体的实践意义。”国家发展改革委节约资源和保护环境司原二级巡视员杨尚宝回顾了中国“双碳”目标进展，提出了下一阶段绿色发展任务的五个方面，分别是全面绿色转型、资源节约、污染治理、生态保护及完善“双碳”工作。同时，他肯定了纺织行业在“双碳”工作中的引领作用，并倡导创新驱动战略，加强人才队伍建设。

中国绿色碳汇基金会理事长杨超强调了纺织行业绿色低碳转型对我国实现“双碳”目标的战略意义，并介绍了中国绿色碳汇基金会与纺织行业的合作成果。“早在 2019 年，中国纺织工业联合会社会责任办公室就与中国绿色碳汇基金会共同发起设立了基金会第一个行业应对气候变化领域的专项基金——‘时尚气候创新专项基金’，用于整个行业的气候行动、创新变革和公益项目落地，专项基金务实、有效地运行，为其他行业的气候行动创新落地树立了标杆和典范。”

“联合国气候变化框架公约”秘书处全球气候行动行业参与负责人林迪塔（LinditaXhaferiSalihu）在视频致辞中肯定了中国纺联 CNTAC 在全球产业链气候转型中的重要作用，并呼吁全球协作实现“时尚产业气候行动宪章”目标。

国家气候中心主任巢清尘分析了全球气候变暖趋势及气候变化对经济、社会的影响。她强调，“气候变化已经是全球共识，如何更有效地协同推进气候减缓与适应工作，对于纺织业、服装行业是非常重要的，期待大家能够携手合作，创造更美好的可持续未来。”

波司登集团董事局主席兼总裁高德康以“引领可持续时尚——波司登与可持续发展”为题演讲，阐述了波司登在 ESG 领域的积极探索，并详细介绍了公司在环境保护、产品创新、人文关怀及协同治理等多个维度的具体举措，并希望行业可持续发展的标准不断完善和提升，引领行业向更高水平的可持续发展迈进。

“纺织行业中的专精特新企业以及‘小巨人’企业，是中小企业中的优秀代表，实际上他们通过持续创新，以科技、时尚、绿色、健康为引领，已经成为行业培育和发展新质生产力非常重要的力量。”中国纺织工业联合会行业发展部主任、中国纺织规划研究院副院长郭宏钧在“中国纺织行业专精特新企业气候行动进展”专题报告深入调研了行业内的中小企业在气候行动方面的具体举措和进展，并详细汇报了这些企业在实现气候目标、参与相关计划以及推动行业转型方面的显著成效。

Primark 公司碳减排项目中国区负责人、联合国时尚产业气候行动宪章联席负责人许佳慰介绍了“纺织供应链可再生资源直接投资可行性研究结论与展望”，详细介绍了纺织供应链可再生资源直接投资项目的背景、发展历程以及可行性研究的关键论证，强调了项目在推动纺织业绿色低碳转型中的重要性。

此外，会上举行了“纺织行业产品数字护照 DPP 白皮书”的发布仪式，该白皮书旨在深入探索我国纺织产业链的数字化与绿色化协同转型路径。还举办了 LCAPlus 碳足迹平台 BV 认证证书颁发仪式，由此次平台认证机构必维集团体系认证事业群北方大区总经理郑斌向中国纺织信息中心主任胡松授予必维认证证书。

案例实践汇智聚力，为纺织减碳献计献策

下午举行的平行会议围绕“时尚产业气候创新”这一核心命题，沿着价值链、领导力、技术这三个层面展开深度探索。

主题一聚焦“价值链：时尚产业气候创新路径”。世界自然基金会（瑞士）北京代表处上海区域项目主任任文伟分享了其在纺织行业绿色转型的战略与实践。他指出，纺织行业作为全球供应链最复杂的行业之一，从设计、原料到消费、回收的全链条均蕴藏巨大减碳空间。WWF 通过开发涵盖评估、供应链分析、战略结合及政策披露的完整工具体系，已与安踏集团等品牌合作推动绿色转型。

汇丰银行（中国）可持续发展部气候事务总监袁圆以“绿色金融支持纺织行业绿色转型”为题，分享了汇丰在绿色金融领域的实践。她指出，汇丰已制定净零转型计划，重点推动工业行业转型、加速新经济发展及优化全球贸易与供应链。目前，汇丰已与中国纺联、WWF 等合作推进气候创新项目，未来将深化标准探索与产业链协同，助力纺织行业低碳转型。

中国纺织工业联合会社会责任办公室 LCA 研究总监孙丽蓉在“碳足迹数据标准化：从工厂到门店的碳中和价值发现”中，介绍了碳足迹标准化进展，并从工厂端、门店端以及产品端三个方面介绍了项目中的碳中和价值发现，探索“碳数据”变为“竞争力”的清晰路径。当前已完成碳中和工厂及纺织品评价标准，正积极推进碳足迹管理体系及 DPP 数字护照系列标准的制定工作。

鼎力可持续数字科技（深圳）有限公司气候变化总监赵俊峰在“范围三核算与管理：纺织服装行业的气候新常态”中强调，范围三排放构成了纺织行业排放的主要部分，其中长产业链和多层供应商管理构成了核心挑战。范围三核算需从“交作业”思维转向减排导向，通过数字化手段提升数据质量，推动可持续采购、循环经济等实践。

主题二聚焦“气候创新：碳中和领导力”。迪卡侬北亚区可持续发展总监韦伟分享了“迪卡侬供应链脱碳实践”，介绍了迪卡侬正通过各种可持续发展措施积极推动绿色发展，包括制定“2020—2026 年的可持续发展战略”，从产品的设计、研发、生产到终端销售，打造全生命周期的减碳能力。他强调，链主企业应整合中小企业的的需求，积极推动本地新能源项目的开发，以构建完善的配套生态系统。

李宁公司环境与可持续发展总监刘维以“李宁公司全链路推进气候转

绿色理念引领科技创新，绿色内涵丰富时尚表达，“绿色”成为构建现代纺织产业体系的生态基座与价值底色。



型”为题，介绍了李宁从产品设计到供应链的可持续实践。其“源于自然、自然而染、自然新生、回归自然”的全链路体系，广泛涵盖了生物基材料的应用，实现了无水染色技术、推出了再生纱线产品以及降解鞋的研发。运营方面，李宁北京总部通过光伏覆盖实现了四分之一的用电量自给自足，并成功获得碳中和认证；上海低碳门店则每年减少碳排放 3.5 吨。

兰精集团北亚区可持续发展经理刘爽分享了“兰精集团践行可持续承诺”，强调作为纤维素纤维生产商，兰精集团自 2019 年起制定了科学碳目标，并在 2023 年更新为 1.5 度温升标准。集团承诺到 2030 年，将范围一和二二的绝对温室气体排放量减少 42%，范围三减少 25%，以实现其可持续发展的承诺。其“采取气候行动的天丝纤维”通过第三方认证与透明披露，为下游品牌提供可信的环境价值证明。

主题三聚焦“气候创新的锚点——绿色能源与绿色技术”。水电水利规划设计总院信息中心技术专家艾琳解读了“可再生能源绿色环境价值体系与绿证机制”，自 2023 年起，中国开始构建新的政策体系，旨在实现与国际标准的无缝对接。2024 年 1—5 月绿证交易量达 2.88 亿张，70% 参与主体为制造业，纺织行业可通过单独买证或证电合一方式采购绿电，满足 ESG 披露、消纳权重考核等需求，目前中国绿证已获 RE100 认可，为企业国际合作提供支撑。

国家先进功能纤维创新中心负责人梅锋带来“碳循环——从二氧化碳到聚酯纤维”的创新实践，介绍了盛虹集团开发的碳捕集聚酯纤维技术，该技术能够将工业废气中的二氧化碳高效转化为高纯度的乙二醇，进而用于聚酯纤维的生产过程中，成功减少对化石原料依赖，推动化纤行业向碳循环转型。盛虹正携手产业链制定零碳纤维评价规则，降低成本并推广应用。

上海电气集团中央研究院智慧能源团队项目负责人王源分享了“绿色蒸汽新范式——熔盐耦合热泵赋能纺织业低碳转型”，介绍了熔盐储热耦合高温热泵技术。该技术巧妙利用夜间低谷电价进行储能，在白天则高效输出高温蒸汽，从而大幅度削减了企业的运行成本。

本次会议由中国纺织工业联合会主办，中国纺织工业联合会社会责任办公室、中国纺织信息中心承办，中国纺织工业联合会行业发展部、中国纺织工业联合会科技展部、链续净零（上海）科技有限公司协办，并得到了中国绿色碳汇基金会汇丰银行、世界自然基金会（瑞士）北京代表处等大力支持。[IT6](#)



大会聚焦人工智能在服装电商产业链中的深度应用。

AI 赋能， 打造千亿级纺织服装产业新高地

2025 天门服装电商产业大会举行

■ 本刊记者 _ 吕杨

在科技飞速发展的当下,人工智能正以前所未有的速度,深刻重塑纺织服装产业变革的进程。6月28日,以“天门衣尚 智绘全球”为主题的2025天门服装电商产业大会在湖北天门举行。

本届大会聚焦人工智能在服装电商产业链中的深度应用,汇聚政府领导、行业专家、企业代表等近800位嘉宾,共同探讨AI技术如何驱动服装电商全链条价值革新。



天门样板：锚定智慧转型新航向

今年是“十四五”规划收官之年,也是“十五五”规划谋篇布局之年,更是人工智能深度赋能千行百业的爆发之年。近年来,湖北省将人工智能高质量发展作为重要赛道,大力发展人工智能新业态新模式新产业,支持行业头部企业做强做优。

开幕式上,中国纺织工业联合会秘书长夏令敏表示,2025天门服装电商产业大会聚焦人工智能在服装电商产业链中的深度应用,为天门服装电商产业的智慧升级、模式创新与生态构建,搭建了高效的交流合作平台。

对于天门应用AI赋能服装电商产业,夏令敏提出三点建议,第一,聚焦设计研发环节,打造“AI+创意”新引擎;第二,推进制造端智能化升级,构建柔性供应链体系;第三,积极应用AI+智能营销模式,拓展市场增长新空间。

亲眼见证了天门服装电商跨越式发展的商务部驻武汉特派员办事处副特派员张楚虎认为,天门作为湖北服装电商发展的新高地,凭借坚实的产业基础、完善的产业链条和创新的发展模式,取得了令人瞩目的成绩。未来希望天门继续做好品牌宣传推广;推动产业集聚和创新;把握跨境电商发展机遇;同时加强人才培养和引进。

湖北省经信厅一级巡视员周开斌表示,湖北是中国近代纺织工业的重要发祥地,产业规模持续壮大,集群矩阵互补促进,已形成“武汉女装+黄石男装+沙市婴童装+潜江户外服+仙桃女裤+天门服装电商+汉川服

装制造”的特色矩阵,天门“服装电商基地”等金字招牌熠熠生辉。希望天门以“智”为笔,共绘天门服装电商产业云锦灿烂的明天;以“网”为桥,共促“衣尚全球”的梦想照进现实;以商为媒,共同谱写中国服装产业智能化、全球化发展的辉煌篇章。

湖北省商务厅党组成员、副厅长李晓燕表示,天门的成绩,离不开天门市委、市政府对商务及电商工作的高度重视、精准施策和强力推动;离不开天门市纺织服装行业的企业家们抢抓机遇、勇立潮头和奋力打拼。天门服装电商产业要把握时代脉搏,锐意进取,开拓创新,在高质量发展的道路上阔步前行,为湖北省建设现代化产业体系、实现更高水平开放发展做出新的更大贡献。

天门市委书记、市人大常委会主任纪道清介绍到,天门文脉昌盛、产业基础雄厚,近年来多项指标居全国前列。当前,天门处于优势重塑期、资源集聚期、人气升温期、赶超窗口期、干事黄金期“五期叠加”的关键期,且已经形成了“纺纱织造—面料辅料—成衣加工—电商营销—跨境物流”的完整产业链条,正全力打造“服装设计之都、生产之都、营销之都”。未来,通过人工智能赋能,将加速实现“小单快反、柔性制造、AI直播”等创新模式。同时,还将加快建设10个海外仓,目标2025年电商交易额达700亿元,2026年全产业链产值突破1000亿元,向“全球服装电商供应链中心”迈进。



天门智慧：服装电商成果集中亮相

开幕式上,《“天门衣尚”区域公用品牌团体标准》正式发布。同时,还举行了“天门衣尚”品牌馆首发仪式、“天门衣尚”品牌授权使用仪式等多项活动。

此外,服装电商服务商战略合作签约仪式与招商项目签约仪式也在开幕式上隆重举行。来自全国的人工智能技术企业、电商平台、供应链服务商等与天门达成多项战略服务合作。未来,签约企业将通过“技术+场景”的深度融合,进一步助力天门服装电商产业构建从研发到销售的全链条智慧赋能体系,为区域经济高质量发展注入新动能。



从“产业集聚”到“千亿跃迁”的天门方法论

开幕式结束后,正式进入2025天门服装电商产业大会议程。本届产业大会,以“人工智能”为核心议题,旨在聚焦前沿、凝聚智慧,通过系统解析人工智能在服装电商全产业链中的创新应用与发展路径,为天门乃至全国服装产业的智慧化转型,注入强大动能。

天门市政府副市长杨寒通过“集群成链·跨境突围·智创未来——共筑天门服装电商千亿跃迁之路”的主题报告,系统解读了天门的战略布局。他指出,天门的成功源于产业链集群化、跨境电商破局和智能化赋能三大核心动能。

据了解,2020年起,国家“数字经济+产业带”政策红利持续释放。天门市委、市政府抢抓机遇,发布全国首个服装电商行业景气指数《中国服装电商景气·天门指数》,打造区域公用品牌“天门衣尚”,同步叠加湖北省“工业强省”战略及天门市《支持工业企业倍增七条意见》、《支持纺织服装产业高质量发展若干意见》和企业进规纳限等一系列政策措施,形成强力政策引擎。五年间,天门服装电商交易额从70亿元跃升至超500亿元,年均增速92%。预计2025年上半年,服装电商网络交易额可突破300亿元,同比增长30%以上。

“产业基础雄厚、跨境通道畅通、智能创新活跃”的天门样板,为其他地区产业升级提供了可借鉴的“路线图”。



AI 重塑纺织服装产业全链条

中国纺织工业联合会流通分会副会长王水元通过“天门服装电商景气指数运行分析与人工智能发展建议”的主题报告,从行业视角深度解析AI渗透产业发展的全路径。他表示,2025上半年天门服装电商景气指数均值50.16,高于全国,行业整体向好,电商销售型企业活力强,但库存等方面有待提升。据介绍,今年以来,行业在人工智能应用方面呈现出百花齐放的良好态势,在研发设计、加工制造、仓储物流、商贸流通等四大重点环节,解锁了大量落地实践场景。对于人工智能赋能天门服装电商产业发展,他提出了加快数据建设、盘活数据资产、解锁多元应用场景、推进集群化发展、培育复合人才等几项建议。

武汉人工智能研究院副院长彭骏以“多模态大模型赋能服装行业”为题发表主旨演讲,系统阐述人工智能发展路径、技术发展应用方向以及在服装行业中的应用场景。他指出,随着技术发展,大模型已经走进企业核心生产系统,开始创造更大价值,正在重塑千行百业。目前,紫东太初大模型已在科学大模型、具身智能、低空经济、智慧康养、智慧水务等多个领域形成垂类大模型和行业应用。在服装行业,依托紫东太初全模态大模型,赋能布匹检测、服装设计、生产制造、营销零售等场景,实现全产业链智慧化升级。

凌迪数字科技有限公司销售总监郝仲祥以“时尚业:AI引擎驱动数字未来”为题发表主旨演讲。他表示,凌迪科技依托自主研发的Style3D AI+3D系统,通过柔性仿真算法引擎解析海量时尚数据,实现从灵感生成、图案设计到款式生成的全流程智能化。凌迪Style3D的核心价值在于打破传统设计到生产的行业壁垒,设计师可通过AI+3D工具快速验证创意可行性,品牌方能基于用户画像精准匹配设计方向,而生产端则依托数字化面料和样衣直接对接柔性制造。目前,该技术已助力近2000家纺织服装企业实现新品开发效率提升、样衣制作成本降低,并成功赋能纺织服装垂直产业。

京东科技人工智能业务部业务总监孙琳以“京东AIGC助力服饰行业跨境电商新营销”为题发表主旨演讲。他强调,京东始终密切关注并探索人工智能技术在零售行业的创新应用,并在智能客服、交互式营销、多模态数字人与AIGC等多个方向打造出成熟完善的产品与解决方案,助力跨境营销实现降本增效的双重目标。具体而言,京东的AI技术产品能够在秒级时间内生成适配不同语言的精准营销素材;智能客服系统可实时处理多语种客户咨询,大幅提升服务效率;而多模态数字人直播技术则成功突破了时差限制,实现全天候24小时“沉浸式导购”体验,为全球消费者提供无缝衔接的购物服务。

抖音电商综合服饰行业运营经理程聪以“抖音电商助力天门女装转型蓬勃发展”为题发表主旨演讲,重点揭秘天门女装在抖音电商的转型密码。

6月28日下午,参会嘉宾分别到白马服装原创电商基地、中国(天门)服装电商城、化纤纺织产业园、天门衣尚馆参观考察。此外,2025纺织服装渠道变革圆桌对话会、湖北省纺织服装产业协同座谈会、“天门衣尚”线上直播电商节等多项子活动同期举办,集中呈现天门服装产业的创新成果,助力区域品牌走向全国、全球视野。**TA**



柯桥纺企持续提升品牌影响力。

不止于制造！ 柯桥纺企的品牌进阶之路

■ 本刊记者_边吉洁

习近平总书记指出，“推动中国制造向中国创造转变、中国速度向中国质量转变、中国产品向中国品牌转变”。这一重要论述为中国制造业高质量发展指明了方向。当前，中国纺织业已实现了从跟跑到领跑的历史性跨越，品牌建设正当其时。

品牌既是企业核心竞争力的集中体现，更是区域经

济高质量发展的“金名片”。近年来，柯桥以“新质生产力”为驱动，深化科技创新与产业创新融合，加快推动现代纺织领域“五大中心”建设，制定“柯桥优选”品牌综合指标体系，将品牌融入纺织服装供应链。“柯桥纺织”成为全国首个价值超千亿的纺织区域品牌，展现了从“制造高地”向“品牌高地”跨越的强劲动能。

专业筑基： 以技术深耕支撑品牌溢价

在纺织行业竞争日益激烈的今天，低价同质化产品已难以为企业提供可持续的增长空间。如何突破“薄利多销”

的困境，实现品牌价值的跃升？技术深耕成为关键突破口。绍兴柯桥琪婷纺织品有限公司的实践表明，以技术创新为驱动、以专业化为导向的发展路径，正在为纺织企业开辟一条品牌溢价的新赛道。

2024年，面对“大而全”与“小而精”的战略抉择，琪婷纺织果断选择了后者，聚焦轻量化户外抓绒系列产品，在细分领域精耕细作。随着功能性面料需求呈现井喷式增长，琪婷纺织精准把握市场脉搏，将自身定位于中高端专业产品，为品牌溢价奠定了坚实基础。

“低端市场的利润空间永远受限，没有足够的资金支撑，就难以打造高品质产品。”公司负责人李雄珍的这番话，道出了琪婷纺织的战略逻辑。通过专注功能性细分市场，企业成功实现了与品牌客户的无缝对接，构建起“技术创新—品牌溢价—利润增长—研发投入”的良性循环。

为了打造专业高质的产品，琪婷纺织在多个维度上深耕细作。在技术层面，公司采用意大利进口高端设备，确保产品品质的稳定性，为产品的高品质提供了坚实的技术保障；在应用层面，琪婷纺织聚焦户外运动场景，开发出具有永久抗静电、高蓬松度等特性的功能性面料，满足消费者对户外运动装备的多元化需求；在客户层面，公司直接服务高端运动品牌，通过与高端客户的紧密合作，不断倒逼自身技术升级，实现客户专业化。此外，完善的检测认证体系构成了琪

婷纺织质量保证的另一有力支柱，公司拥有全套检测报告，这不仅是对客户品质承诺的有力体现，更是产品专业性的权威背书，让客户买得放心、用得安心。

“在传统纺织供应链中，面料供应商往往隐藏在服装品牌的光环之后，难以获得品牌溢价。”李雄珍表示。为了突破传统面料供应商的局限，琪婷纺织通过了自主商标注册，更计划在终端服装产品上挂上自己的吊牌，这一举措将实现从幕后到台前的品牌跃升。即将启动的明星代言计划，更将通过专业运动员的背书，进一步强化品牌的技术形象和市场认知。

专业立身、品质筑基、品牌增值，专业性与品牌力的正向互动构成了琪婷纺织的核心竞争力，为琪婷纺织打开了更广阔的市场空间，让其专业产品能够触达更多的消费者。

叙事破圈： 以文化创新塑造品牌个性

如何让一块面料、一家纺企被记住、被选择？当大多数企业仍在比拼参数与价格时，总有那么一些企业独辟蹊径，以自己的方式塑造出独一无二的品牌特质。位于联合市场的朴门 puremono 用独特的品牌叙事走出了一条差异化发展之路。这家位于联合市场的面料品牌，将“独特”二字深深镌刻进品牌基因，通过原创设计、空间叙事和文化表达，成功实现了从小众圈层到大众市场的品牌跃升。

走进朴门 puremono 的门店，仿佛步入一个充满艺术气息的叙事空间。形似房屋的门头设计搭配深棕色木质装饰，营造出自然质朴的氛围；身着特色长裙的模特静立两侧，细腻的花纹尽显文艺复古风格。主理人杨丹雯表示：“我们把门店打造成展示品牌灵魂的实验场。”正是这种对品牌空间的精心设计，让朴门 puremono 成功吸引了国内外设计师和潮牌主理人的目光。

朴门 puremono 的品牌叙事不仅体现在空间设计上，更深入产品内核。朴门 puremono 坚持将奇思妙想融入面料设计，通过深耕个性化、小众化路线，形成了独特的市场定位。它从设计师圈层开始破圈，再到明星网红穿着曝光，成功完成了从小众认可迈向大众关注的经典传播，品牌影响力不断扩大。

在 2025 柯桥时尚周（春季）上，朴门 & TENXTEN 携手呈现的“英雄主义”秀演，成为朴门 puremono 品牌叙事能力的一次集中展现。运用务实的设计语言诠释劳动者精神与时尚的融合，这一主题选择本身就蕴含着强烈的叙事意图，回归劳动者美学无疑是一种大胆且富有深意的出新之举。

更值得关注的，是朴门 puremono 对中国传统工艺的现代诠释。品牌深入挖掘贵州地区的民族手工艺，将传统元素转化为当代设计语言。杨丹雯说：“中国面料应当拥有属于自己的表达方式，我们要让产品走向国际市场，



让世界看到中国面料的魅力与中国设计的风采。”这种文化自信让朴门 puremono 的产品不仅具有审美价值，更承载着文化传承的深层意义。

从空间体验到产品设计，从时尚秀场到文化传承，朴门 puremono 构建了一套完整的品牌叙事体系。这种以文化创新为核心的品牌建设路径，助力品牌实现了市场破圈，更为纺织行业的品牌升级提供了有益借鉴。在消费升级的背景下，文化价值正成为品牌差异化的关键要素，而朴门 puremono 的实践恰恰证明了这一点。

生态增效： 以协同网络放大品牌势能

在全球纺织产业链的激烈竞争中，中国传统制造企业如何突破“微笑曲线”底部的低利润困境？绍兴缔衣纺织品有限公司以供应链为基石，以品牌为桥梁，通过精准的“联结”战略，打通从制造到消费的价值链。从一块面料到一件成衣，从线下代工到跨境电商，缔衣的每一步都围绕“联结”展开，构建起横跨研发、生产、营销的生态网络。

“一般来讲面料企业的品牌化较弱，但品牌恰恰是连接研发与营销的高附加值纽带。”缔衣纺织负责人何伟泉深耕行业痛点，这一认知推动缔衣纺织向“微笑曲线”两端延伸。一方面，缔衣纺织以针织面料为核心，深耕空气层、牛奶丝等功能性面料，为运动服饰、瑜伽服品牌提供高附加值产品；另一方面，依托供应链优势，孵化自有服装品牌 HOLA FISH 和家居品牌 JOYFINITY，直接触达消费者。“自己懂面料，就能打通纺织供应链的每一个环节。”何伟泉说。这种“供应链+品牌”的生态网络，让缔衣纺织摆脱了线下代工的被动，形成从面料到成衣的闭环竞争力。

此外，缔衣灵活选择流量洼地，不盲目追逐高价流量，而是通过“联结”低成本渠道与跨境平台，实现高效转化。当亚马逊、Facebook 的流量成本居高不下时，企业迅速转向 TikTok、Temu 等新兴平台，瞄准年轻消费群体，月销售额突破 50 万美元。缔衣纺织在线下市场的拓展同样遵循“精准联结”的逻辑。企业采用轻资产联营模式，与宁波高端西服定制商达成深度合作。“他们精于成衣制作，我们专攻面料研发，优势互补，既降低了风险，又快速放大了品牌声量。”何伟泉这样诠释合作理念。

这种“专业的人做专业的事”的生态思维，还延伸到产品线扩展，家居品牌 JOYFINITY 的诞生，正是基于面料供应链的横向拓展——家居布料与服装面料的供应链共通性，让跨界水到渠成。正如“缔衣”之名所寓意的——“缔造衣服，亦缔造联结”。无论是供应链与品牌的联结、渠道与客群的联结，还是企业间的生态联结，本质都是通过精准布局，持续放大品牌的潜在势能，为企业发展注入强劲动力。TA





纺城新生代·舞动新质力 5

从“卖布小哥”到行业引领者

专访绍兴艺晟隆纺织有限公司总经理季吉隆

■ 本刊记者_王利 文/摄

凭借良好的营商环境与雄厚的纺织基础，柯桥如同一座充满机遇的富矿，吸引着来自五湖四海的纺织追梦人。1988 年出生的季吉隆，从小在北京长大，父母经营着一家服装企业，大学毕业后本可以轻松继承家业，他却选择了一条更具挑战的自主创业之路。当同龄人争相涌入北上广时，他反其道而行，只身来到柯桥创业卖布，在“国际纺都”柯桥缔造出属于自己的商业版图。

天行健，君子以自强不息；地势坤，君子以厚德载物。这是季吉隆的人生座右铭，也是其贯穿企业经营的实践准则。2012 年 9 月季吉隆依托在江苏合资的坯布织造厂，采取“前店后厂”的模式入驻中国轻纺城坯布市场，主营各类梭织女装坯布。从十余平方米的店铺到如今掌舵年销售额破亿元的坯布企业，这位年轻的企业家用创新和共赢的思维，完成了从“卖布小哥”到细分领域引领者的华丽蜕变。

自强不息，创新三部曲开启企业跨越之路

在艺晟隆纺织的发展过程中，季吉隆的每一步合理布局都为后续发展奠定了坚实基础，而持续创新则是企业不断跨越、走向成功的核心密码。凭借着敏锐的市场洞察力和果敢的行动力，季吉隆以“创新三部曲”战略，带领企业完成了从跟跑者到领跑者的转型。

在企业发展初期，季吉隆选择以微创新打开市场。让他记忆深刻的是，2013 年在北京的一场面料展上，他邂逅了一家极具创新力的国外面料企业。对方展示的特色产品令他眼前一亮，于是采买了几款样布带回来，并结合国内市场需求进行微创新，成功开发出四面弹十格面料。当年，这款产品就接到了来自中国轻纺城东市场客户的 100 余万米订单，实现了公司第一次重大跨越，也让季吉隆更加坚信创新的力量。

随着市场需求的不断演变，大提花面料因其独特的视觉冲击效果，逐渐崭露头角。2016 年，季吉隆敏锐捕捉到这一趋势，率先大规模开发大提花纹版，这一次布局将公司推向了新的发展高度。在随后的几年里，他带领团队不断深耕，精心打磨每一款花型设计。功夫不负有心人，恰逢国潮复兴的浪潮席卷而来，艺晟隆纺织的国风大提花系列产品顺势而上，迅速走红市场，目前大提花系列产品销售额已占据公司销售总额的半壁江山。“文化自信的觉醒，为我们的产品创新带来了全新的灵感源泉。过去，我们常常紧盯巴黎时装周以及 LV、Gucci 等国际大品牌来获取开发灵感，而如今像清明上河图、兰亭序、故宫元素、梅兰竹菊四君子等中华优秀传统文化元素，都成为公司取之不尽的创意宝库。”说着，季吉隆向记者展示了公司研发的竹元素大提花面料，以及提花、剪花、印花多工艺融合的最新面料，彰显了传统文化与现代工艺的完美结合。

如今，艺晟隆纺织已实现年销售额近 2 亿元，为探索更深层次的发展，季吉隆将创新触角伸向原料领域。除了传统的涤纶、锦纶、氨纶，今年公



季吉隆

司引入天丝麻和桑蚕丝人丝作为新型原料，专注于夏季女装面料的开发。通过将新型原料与精湛的大提花工艺相结合，织就出的布料不仅在舒适度上达到新高度，更在审美与艺术效果上独树一帜，为企业在激烈的市场竞争中赢得了差异化优势。

厚德载物，共赢思维筑牢内外联动生态圈

“商道即人道，经营即修行。”这是季吉隆常说的一句话。在季吉隆看来，真诚是赢得客户和员工信任的基石，而共赢则是推动企业长远发展的引擎。一直以来，他始终秉持着为客户创造价值、为员工搭建平台的理念，致力于共同打造推动企业持续良性发展的内外部联动生态圈。

十余年来，季吉隆坚持把产品质量作为企业的生命线。为了确保每一匹坯布都能达到高品质标准，艺晟隆纺织从纱线采购环节就开始严格把关，坚持选用正规大品牌纱线。坯布织成后，公司会进行严格的内部质检，将产品细致划分为 A、B、C 三个等级，对于 C 级产品予以废弃处理，A 级和 B 级产品则依据不同客户的需求进行精准售卖。

在售后服务方面，季吉隆展现出超越常人的责任担当。在纺织行业，普遍认为坯布企业只要将货物交付给面料企业，后续下游服装品牌出现索赔等问题，就应由面料企业负责。而季吉隆却以负责到底的态度，与面料企业共进退。“曾经一家国内面料企业从我们公司购买坯布，制成面料发往孟加拉服装厂后，发现面料存在纬向横档问题，我们主动承担了成衣修色费用，协助服装厂完美交付了订单。”季吉隆回忆道。

在企业内部，季吉隆始终把员工当作合伙人，营造温馨和谐的大家庭氛围。目前，艺晟隆纺织在柯桥拥有 20 余名员工，季吉隆鼓励大家良性竞争，共同把公司这块蛋糕做大，通常大客户会安排以小组为单位共同维护，既能带给客户更好的服务，也能实现成果共享。

从北京到柯桥，从零起步到市场优秀经营户，季吉隆以自强不息的创新精神和厚德载物的共赢理念，在纺织行业的浪潮中勇立潮头。面向未来，季吉隆为公司规划了两条发展路径：以时尚赋能，构建从坯布、面料到成衣的一站式解决方案，为下游客户提供更多增值服务；以科技赋能，从新型原料入手开发多功能混纺面料，不断提升企业的综合竞争力。**TA**

Focus / 聚焦

轻纺城国际物流中心成功引入 5 亿元战略投资

近日，浙江中国轻纺城集团股份有限公司下属绍兴中国轻纺城国际物流中心有限公司（以下简称“国际物流中心”）成功引入工银金融资产投资有限公司（以下简称“工银投资”）作为战略投资者，以非公开协议方式增资 5 亿元。增资完成后，轻纺城在国际物流中心的持股比例将从 100% 下降至 78.95%，轻纺城仍保持实际控制权。

国际物流中心是轻纺城旗下核心子公司，也是其重点打造的轻纺数字贸易港项目的建设主体。该项目总投资达 48 亿元，涵盖交易市场、保税物流、智慧仓储等功能，旨在打造一个集产业集聚、电子商务、国际贸易、智慧物流仓储为一体的国际化现代物流港。此次增资将有助于优化轻纺城现有的资产负债结构，提高公司的融资能力；同时，也有助于加快轻纺数字贸易港的建设进度，助力轻纺城的转型升级。

目前，轻纺数字贸易港主体工程全面竣工，轻纺城正加快数字贸易港招商，吸引国内外知名物流、供应链企业入驻，并深化跨境电商合作，以充分释放项目商业价值。轻纺城集团相关负责人表示，工银投资的加入不仅增强了企业的资本实力，还将优化公司治理结构，提升抗风险能力，并进一步深化银企战略合作，为轻纺城向“纺织产业综合集成服务商”转型注入新动能。



轻纺数字贸易港主体工程全面竣工。

近年来，轻纺城积极探索多元化融资模式，包括发行 12 亿元定向资产担保债务融资工具（CB）、推动数据资产入表，申请试点发行公募 REITs，规模约 10 亿元至 20 亿元。此次引入战略投资，是轻纺城全面创新资本运营模式的重要实践，也是轻纺城探索国有企业融资方式，借助资本市场力量、助推企业转型升级的又一成果。（边吉洁）

“链科桥”汇聚多方资源为碳纤维产业注入强劲动能

近日，柯桥区“链科桥”主题活动暨碳纤维产业链对接会举办。本次会议旨在加速科技创新与产业创新深度融合，促进产业链、人才链、资金链协同发展，进而推动碳纤维产业迈向更高能级。会议汇聚了碳纤维产业链上下游企业、科创平台及投融资机构代表，围绕碳纤维技术突破、应用拓展与生态构建，展开了深入交流与对接，为产业高质量发展注入强劲动能。

活动期间，多位行业专家介绍了产业链平台建设规划和碳纤维产业的技术前沿，为与会者提供了战略指引；多家企业代表则登台分享了最新的研发成果，这些突破不仅彰显了创新活力，更直接服务于产业链的完善与提升；同时，相关部门负责人对支持政策进行了详尽解读，帮助企业精准把握发展机遇，用好政策红利。

近年来，柯桥区坚持传统产业转型升级与新兴产业培育双轨并行，积极开辟以碳纤维为代表的产业用纺织新赛道。通过持续的战略投入与生态培育，区内已构建起“柯桥区碳纤维产业链共同体”这一全国首个全链创新中心为核心，覆盖“碳纤维装备+碳纤维原丝+碳丝+复合材料+科创平台”的完整产业链体系，成为浙江省乃至全国碳纤维产业链最完整、生态最活跃的区域之一。

本次对接会依托坚实基础和先发优势，深化协同联动，激发产业动能，有力促进了“三链”的深度融合，巩固柯桥区碳纤维产业领先地位，加速推动产业高质量发展。（王耀祖）

2025 年度柯桥优选面料专题申报正式开启

近日，“2025 年度柯桥优选面料”申报活动正式启动。本次申报面向柯桥区内注册且符合条件的面料研发、生产及贸易型企业事业单位开放，申报截止日期为 7 月 26 日。此项目旨在提升“好面料 柯桥造”区域品牌影响力，推动柯桥纺织产业向品牌化、高端化升级。

据了解，本次“柯桥优选面料”分为时尚、科技和绿色三个申报类别。其中，时尚类重点考察面料的色彩纹样设计与创新工艺技术应用；科技类重点考察新材料、新技术、新工艺应用于面料的功能性体验；绿色类重点考察面料的环保设计、生态安全材料技术及可持续理念的综体现。此次活动鼓励企业与新面料、新技术和新工艺等各产业环节的供应商、终端品牌进行联合申报。

据中国轻纺城建管委相关负责人表示，本次荣获“柯桥优选”的面料将会参加中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会、Texfuture Tokyo、法国巴黎 PV 展和德国慕尼黑功能性面料展览会等国内外知名展会。申报并入选“柯桥优选面料”是企业借势区域品牌升级、实现跨越发展的重要契机，这既能为品牌价值提升、国际市场拓展、产业协作深化提供强大助力，也能给企业未来高质量发展注入持久动力。

“柯桥优选”项目自 2021 年启动以来，已成为区域品牌培育的重要标杆。近年来，柯桥持续深化品牌建设，通过构建严格准入标准、搭建多元化推广平台、提供精准政策扶持与专业服务。这些举措显著提升了柯桥纺织产业的整体形象和市场竞争力，并有效推动了区域产业从“制造基地”向“品牌高地”转型升级，为柯桥经济高质量发展注入了强劲品牌动能。（唐小狄）

蒋焱： 做企业要出产品，也要出思想

■ 本刊记者 _ 郭春花 刘萍



蒋焱

常州恒利宝纳米新材料科技有限公司董事长蒋焱，是一个专注、较真的人，他既是企业家又是技术专家。多年来，凭借坚韧不拔的创业精神，在国际上首创原位聚合技术，并深深扎进了材料科学的深处，成功将石墨烯等纳米材料的优异特性转化为实际应用，在防弹防护、生物医药、环保治理等多个领域实现了突破性创新。

走进位于常州市武进区西太湖石墨烯产业园的恒利宝公司，首先映入眼帘的，是一整面挂满专利技术牌匾的荣誉墙。那一块块熠熠生辉的牌匾，见证着恒利宝在科技创新道路上的坚实足迹与卓越成就。公司自 2016 年成立以来，始终深耕于石墨烯制备、石墨烯功能化改性材料、功能性纤维、功能性色纱、功能性面料在纺织领域的应用、研发与生产，已发展成为一家极具影响力的高新技术企业。

初遇石墨烯： 敏锐嗅觉开启探索征程

回忆起与石墨烯的初次结缘，蒋焱的思绪回到了 2010 年，一封邮件改变了他的研究轨迹。

“我的一位老师在给我的邮件里提到一种电学、物理、化学特性均表现优异的新材料。当时我和老师正从事防弹防护材料研究，直觉告诉我：这个材料不简单。”从这封邮件开始，蒋焱带着对新材料应用的敏锐嗅觉，把石墨烯研究了个透。他发现，这个材料具有优异的超高强度、极轻薄、超级导电、超级导热、高度透明、完美阻隔、超大比表面积等众多顶尖特性，以及耐候性、抗菌性、负氧离子及远红外发射等性能。

彼时，石墨烯研究正处于井喷期。面对激烈的竞争态势，蒋焱意识到：“要用好这个革命性的材料，必须找到差异化的应用场景。”在这种思考引领下，他将研究重心转向石墨烯与高分子材料的复合应用上。“我们像‘材料侦探’一样，把环氧树脂、丙烯酸树脂、酚醛树脂、聚氨酯、尼龙 6、聚酯等主流高分子体系都试了个遍。”蒋焱笑着说，实验发现石墨烯与这些材料应用，依然能展现出它的多元优势，而且高分子材料本身的性能也能进一步升级。但是因为大家都是刚开始研究石墨烯，都处于摸索状态，对如何应用它都没有方向。

转折发生在一位深海渔网制造商的求助。

“客户拿着被礁石划破的尼龙渔网找到我们。当时行业内都知道石墨烯强度高，但没人想过用在渔网上。”蒋焱随即展开石墨烯改性尼龙 6 的研发。测试结果令人振奋——复合材料的耐磨性与抗撕裂强度显著提升，完全满足深海作业需求！

然而，这项创新当时未能规模化应用，“当时成本太高了，石墨烯堪称‘黑色黄金’，高品质单层氧化石墨烯售价高达 5000 元 / 克，工业化应用根本无法承受。”蒋焱解释。

技术突破： 跨领域视角，铸就原位聚合传奇

虽然渔网项目因成本问题当时被搁置，但与尼龙 6 结合，赋予尼龙 6 优异特性为蒋焱打开了思路。“当时石墨烯在纺织品领域的应用，一般都是采用物理共混的方式，但这样生产出来的石墨烯纤维在后续纺丝、染整、洗涤等工序中容易流失脱落，且染色也会受到限制，更重要的是其生物安全性也无法保证。”蒋焱并非材料专业出身，此前他从事过景观及建筑环境规划、生物医药、航空电器等领域，每个行业至少深耕 4—8 年，这种跨领域探索让他积累了多元视角。在他看来，真正的研发必须是跨界的综合体，就像织网，要把不同行业的工艺技术拧在一股绳上。在这种思路引导下，他提出把石墨烯接枝到高分子基体材料中，让石墨烯和基体材料长在一起，成为一个整体——原位聚合



技术的雏形由此形成。

“原位聚合的方式呈现的目的就是做成一个本征功能性的材料，而不是需要通过后续整理或者加一些助剂的方式来实现这个功能性，同时它在环保和未来低碳（减排）上有很大的促进作用。”蒋焱强调。

而正是这项拥有完全自主知识产权的石墨烯原位聚合技术，在石墨烯产业处于发展瓶颈的时期，让行业有了更大的信心。2017 年，石墨烯发现者、诺贝尔奖获得者康斯坦丁·诺沃肖洛夫造访恒利宝公司，对该技术给予高度评价；2019 年 8 月，中国工程院院士干勇、蒋士成参观恒利宝公司生产基地时，评价该项目是一个颠覆性的突破。

在不懈的钻研下，蒋焱带领团队先后突破小尺寸纺丝级功能化石墨烯的制备技术，让石墨烯材料以化学键的形式融入纤维分子链中，保证了石墨烯不会在纺织品摩擦、水洗等使用过程中脱落、流失；打破了消费者对石墨烯纤维一直以来的“黑色”和“灰色”的色彩认知局限，形成了独特的染色体系，推出了一系列石墨烯色纱，且色牢度可达到 4—5 级。目前恒利宝已能够产业化生产石墨烯原位聚合 PA6/PET 切片，并能规模化高速纺丝生产 POY、DTY、FDY，还推出了“烯纳斯”这一石墨烯改性尼龙 6 纤维的唯一认证品牌，申请了 40 项发明专利，展现了在石墨烯新材料领域的持续创新力。

蒋焱坦言他是一个没啥爱好的人，但是对新材料总是情有独钟，每次去国外出差，看到新材料就想设法带回来，带领团队一起研究。除了积极参加各种新材料会议外，蒋焱每天只要有时间，就坐在实验台前琢磨。为了方便实验，他在办公桌的对面开辟了一块“实验天地”。他的办公室里，经常有企业家来，大家围坐在一起，泡上一壶清茶，便开始热烈地探讨新材料相关的话题。交流过程中，满口都是专业数据，一旦对某个数值产生分歧，便会立刻起身，直奔实验台进行测试验证。在这个过程中，他们互相激励、各抒己见，为每一个或小的发现和进步而开心大笑，乐在其中。

拓展应用： 多元合作开拓产业新领域

经过十年的发展，蒋焱对石墨烯原位聚合技术产业化探索取得的成果表示很欣慰。“前几年我们在民用领域扎根是为了生存，现在终于能腾出手来探索更广阔的可能性。”这位在新材料领域深耕多年的探索者，眼中闪烁着兴奋的光芒。

近年来，他的研究重心投向了意义更大的新领域。恒利宝与北京大学医学部、南京林业大学等知名高校及科研机构建立了深度合作关系，围绕“石墨烯复合材料功能化及其应用”开展联合攻关，在医用敷料、水体净化等领域取得重大突破。其中，医用敷料的抗病毒活性进一步延长，还能促进肉芽、毛囊和血管再生。目前该材料已完成动物实验，即将进行第三方检测和临床试验。石墨烯净水纤维技术则可在自然光激发下高效降解污水中的氨氮、磷、COD 及甲醛，无需额外化学药剂，大幅降低治理成本，该技术已在苏南地区的部分河道治理中试点应用。

当下，恒利宝已构建起丰富多元的产品矩阵，涵盖石墨烯纤维、



尼龙基材料、涤纶基材料等一系列面向 B 端市场的核心产品。凭借在新材料领域的深厚积累与创新实力，恒利宝不断拓展产品应用边界，为多个行业带来革新性解决方案。如：联合供应链合作伙伴，以公司新品石墨烯“特种双异性纤维”为原料，精心打造出户外冲锋衣、骑行服、科考服等产品，这些产品的目的就是在特定环境下延缓人体失温带来的危害，成功实现了轻质、保暖且亲肤透气的完美融合，一经推出便在市场上收获高度赞誉。在功能内衣领域，恒利宝匠心独运，推出了“三足鸟®”保暖内衣品牌，采用原位聚合技术精心研发出“烯纳斯”石墨烯纱线，创新性地构建起高效锁温空气层，赋予产品智能调温、物理抗菌防螨以及抗静电等实用功能，不仅极大提升了消费者的穿着体验，更为保暖内衣市场树立了全新的标杆。此外，恒利宝正加速向 C 端市场进军，推出了卸妆湿巾和家用湿巾产品。这些产品采用先进的 EDI 纯水工艺，不添加任何化学成分，却能实现快速卸妆和高效抑菌，为消费者提供了更加安全、便捷的日常护理选择。

近年来，蒋焱还在石墨烯制备技术上加大了研发。在石墨烯产业化探索的征程中，制备技术的进步始终是关键环节，因为制备方法直接影响着石墨烯的质量、成本与应用拓展。现有传统制备方法生产的氧化石墨烯虽在抗菌、红外等领域初显身手，但在重防腐等高端应用场景中，因结构缺陷导致性能大打折扣，成为制约产业升级的关键瓶颈。2021 年，蒋焱主导组建生物实验室，另辟蹊径探索生物发酵法制备石墨烯。他解释，这种颠覆性技术将能更大程度保留石墨烯本身的优异性能，目前已经取得了比较大的进展。

坚守初心： 以长期主义带领企业永续发展

“恒利宝从不为短期利益放弃技术追求。”蒋焱的这句话，不仅是他的个人信念，更是恒利宝公司的 DNA。在石墨烯原位聚合技术攻关的十年里，蒋焱每年在研发上的投入从未低于 250 万。蒋焱认为，一个产品投放市场后的盈利周期通常只有两年，随着产品迭代加速，这个周期还会越来越短。正因如此，他特别重视研发对企业的重要性，“持续研发是企业保持增长的核心动力，只有不断创新，才能在瞬息万变的市场中站稳脚跟。”

谈及恒利宝未来的发展方向，蒋焱坚定地表示，恒利宝是一家有长期打算的企业，目标是成为提升人类健康品质、坚守诚信的科技材料企业。“石墨烯在民用产品，尤其是大健康领域，必将走进千家万户。我们希望这项材料能真正惠及每一个人。”同时，他透露恒利宝的战略布局不只局限于石墨烯领域，而是向着更广阔的材料应用方向拓展，比如航空航天、军用、运动、智能穿戴等领域，为产业升级注入新动能。

四十多年的职业生涯，铸就了蒋焱专注、认真、不服输的人格特点。他不仅是一位优秀的企业家，更是一位心怀大爱的导师，特别希望能为年轻一代创造条件，带领他们创造自己的人生价值。在蒋焱的引领下，恒利宝正以坚韧不拔的精神，在石墨烯产业的道路上不断前行，书写着属于自己的辉煌篇章。TA

一场由“国产棉”倡议衍生的产业生态重构

■ 本刊记者 _ 陶红

全球化的浪潮激荡不息、贸易格局风云变幻，中国纺织行业正以最本真的姿态，回应时代的叩问——以“棉”为纽带，一场从田间地头到时尚前沿，贯穿生产与消费全链条的绿色革命已蓬勃启航。

6月10日，“天然「织」选，怎能无「棉」——促进国产棉制品消费倡议公益活动”在2025年中国棉纺织行业协会色织布分会理事扩大会上正式启动。中国棉纺织行业协会会长董奎勇、中国棉花协会副秘书长王丹、江苏新瑞贝生物科技股份有限公司董事长储鑫，以及溢达集团研发总监周立明、盛泰智造集团股份有限公司研发经理叶



董奎勇

中国棉纺织行业协会会长

TAweekly：发起此次“倡议”活动的动机是什么？

董奎勇：作为本次倡议活动的发起单位之一，中国棉纺织行业协会积极响应国家“双碳”战略和构建双循环发展新格局要求，通过凝聚行业力量，向全社会传递国产棉制纺织品“绿色、健康、可持续”的核心理念。

TAweekly：倡议活动想要达到什么目标？

董奎勇：希望通过倡议，一方面引导消费者建立“绿色消费即品质消费”的新认知，让新疆棉等优质国产棉花的舒适性与环保价值深入人心；另一方面推动产业链上下游协同创新，构建从纤维到终端的低碳产业生态，彰显中国纺织行业应对国际贸易挑战的韧性与担当。

TAweekly：作为此次倡议活动的“落地”单位，协会具体要做什么？

董奎勇：作为行业组织，协会将充分发挥桥梁纽带作用：一是搭建产需对接平台，联合头部企业打通棉制品绿色开发全链路；二是整合媒体与专家资源，通过数字化传播扩大声量；三是组织技术公益服务，助力棉制纺织品创新发展。希望通过多方联动，将倡议转化为实际消费行动，让国产棉制品成为市场首选，同时向国际社会传递中国纺织业可持续发展的坚定立场。也希望各参与单位能以此次倡议为契机，既做“绿色理念”的传播者，更当“低碳实践”的先行者，共同打造中国棉纺织品的品质标杆，为构建新发展格局注入行业力量。

梁贝、临清三和纺织集团有限公司副总经理王卉君共同启动了此次活动。中国棉纺织行业协会副秘书长欧阳夏子主持仪式。

当前，国际贸易环境面临单边主义加剧了我们对外贸易风险。在此背景下，中国棉纺织行业协会积极响应“加快构建以国内大循环为主体、国内国际双循环相互促进的新发展格局”的号召，激活国内棉制品消费市场，贯通产业链上下游协同发展，加速培育纺织产业新质生产力，以期筑牢我国纺织工业现代化产业体系的根基。

为此，中国棉纺织行业协会决定与中国棉花协会携手，在江苏新瑞贝生物科技股份有限公司



王建红

中国棉花协会会长

TAweekly：协会发起此次倡议的初衷是什么？

王建红：在全球纺织产业加速绿色低碳转型的背景下，我们希望借此活动传递中国棉制纺织品健康舒适、低碳环保的品质，彰显践行可持续发展理念的决心。过程中，希望实现引导消费者认知国产棉制品绿色天然优势，推动纺织产业形成“资源节约—环境友好—消费升级”的可持续发展闭环，重塑产业链生态，开拓绿色经济新空间，同时展现中国纺织行业守护生态底线的担当与抵御风险的实力。

TAweekly：未来协会将如何推进？

王建红：协会将搭建多方沟通平台，推动产业链上下游在种植、加工、纺织等环节协同合作，破解发展难题，推进棉花产业可持续发展。借助倡议活动，一端连接消费者，一端连接棉农和供应链企业，让优质棉制品走进千家万户，切实提升国产棉制品的市场热度，让棉花产业上下游共享发展红利。



储鑫

江苏新瑞贝生物科技股份有限公司董事长

TAweekly：如何将倡议与新瑞贝的具体业务结合？

储鑫：新瑞贝一直在生物基材料领域开展创新实践，其中纺织板块推出涵盖从浆料到印染助剂环节的全生物基解决方案。目前已与棉纺织企业开展合作，通过生物基浆料与生物基退浆技术的应用，探索构建可持续生产体系，助力减少印染环节的能源消耗、水资源使用、减少环保排放及化学品用量，推动行业可持续发展。通过倡议，我们已与部分色织布企业建立技术对接，共同开发生物基功能性棉面料，推动下游品牌采购时优先选择“低碳棉”标识产品。

TAweekly：对倡议活动以及纺织行业发展有什么愿景？

储鑫：希望三年内共同推动“棉制纺织品”成为消费市场的默认选择，同时通过技术输出，帮助中小纺织企业低成本实现低碳转型。可持续发展不是单打独斗，新瑞贝愿做行业的“绿色连接器”，与各方共同书写中国棉纺织业的高质量发展故事。**TA**

连健文：以创新织就十三行时尚产业新图景

■ 本刊记者 _ 罗欣桐



连健文

连健文以实干和远见，引领诚大时装广场成为十三行商圈的创新标杆，让广州十三行这一古老商脉在新时代迸发澎湃活力。



日前，在2025年民营经济高质量发展大会上，“广州十三行诚大时装广场”与“连健文”的名字熠熠生辉——企业荣誉“2025年度民营经济最具创新企业”，总经理连健文获得“年度优秀民营企业家”称号。今年4月，在第二十五届中国商品交易市场大会上，诚大获“全国商品交易市场最具创新力示范市场”殊荣，连健文亦被评为“全国商品交易市场优秀管理者”。

双重盛会，四重荣誉，不仅是对一个企业及其领航者创新实力的高度认可，更是对广州十三行这一古老商脉在新时代迸发澎湃活力的生动见证。连健文以实干和远见，引领诚大成为十三行商圈的创新标杆。

重塑传统市场基因，打造原创设计策源地

连健文表示，在电商冲击与消费升级浪潮下，传统批发市场的粗放模式难以为继。他前瞻性地将“创新”深植于诚大发展的核心基因，推动一场由内而外的深刻变革。

近年来，“中国设计”呈现崛起之势，连健文将诚大焕新升级后的二楼潮plus层定位为设计师品牌孵化专区，引入一批纯正的十三行原创设计力量，成功孵化众多新锐品牌，显著提升市场内产品的原创附加值，摆脱同质化竞争，推动商户从“批发商”向“品牌商”跃升。

立足十三行，激活千年商都时尚新脉动

十三行，承载着广州作为“千年商都”的厚重历史。连健文深谙其独特禀赋，以诚大为支点，为这个古老商圈注入面向未来的时尚动能。

在打造现代化专业市场的同时，连健文注重保护十三行特有的商业文化底蕴。诚大的空间升级巧妙地融入了广府文化元素，定期举办融合岭南文化与当代时尚的主题活动，使历史文脉在新时代焕发新生。

同时，他积极加强诚大与隶属红棉集团旗下的红棉国际时装城、广州中大门联动发展，又促成与

国内外其他专业市场、设计院校、行业协会及国际时尚机构的深度联动，共同搭建信息共享、趋势发布、跨界合作的大平台，显著放大了十三行作为“全球快时尚服装起源地”的整体影响力，推动其从单一批发集散地向全球时尚资源汇聚地转型。

此外，连健文以诚大为基点，积极推动十三行商圈融入粤港澳大湾区时尚产业协同发展大局。诚大成为链接湾区设计、制造与全球市场的重要节点，助力“广州设计”“湾区制造”走向世界，提升区域产业国际话语权。

领航之道：远见、担当与务实并重

连健文的领导力，是诚大实现华丽蝶变的动力引擎。面对疫情带来的转型阵痛与市场挑战，连健文展现出强大的战略定力与执行力，他带领团队一步一个脚印，扎实落地每一项创新规划；在行业转型的关键十字路口，他又敏锐捕捉捉数字营销与设计驱动的未来趋势，始终将商户视为诚大最宝贵的财富，展开一系列围绕切实提升商户竞争力和盈利能力的创新举措。

无论是数字化营销的赋能、原创设计资源的引入，还是产业链服务的完善，都直击商户发展痛点。这种“一站式”服务生态极大增强了商户粘性与市场核心竞争力，诚大成为商户发展的坚实后盾。这份“成就他人”的初心，也赢得了商户的高度信任与忠诚，奠定了诚大高质量发展时尚产业的先发优势。

荣誉是里程碑，更是新征程的起点。站在聚光灯下，连健文的目光始终望向更远的未来：“荣誉属于过去，创新永无止境。十三行的辉煌由历史铸就，更需由我们这代人用智慧与汗水去续写。诚大将持续强化原创设计引擎，优化全供应链生态，深化数智化赋能，打造一个更具国际影响力、引领十三行时尚产业发展的标杆市场。”

连健文，这位扎根于千年商都沃土的企业家，正以创新为笔，以实干为墨，在十三行这幅厚重的商业画卷上，奋力书写着属于中国现代时尚产业的新传奇。**TA**



答好气候治理的时代课题，波司登 ESG 引领可持续时尚

■ 苏密 / 文



高德康

6月25日，由中国纺织工业联合会主办的2025“气候创新·时尚大会”在北京举行。生态环境部、联合国气候框架公约秘书处、国家气候中心，以及国内外品牌、行业重点企业、技术机构及利益相关方等政产学研嘉宾齐聚一堂，共同探讨“双碳”目标下的纺织服装产业变革和绿色发展新路径，为中国国家自主减排目标的价值实现贡献力量。

汇聚全球智慧，共创可持续未来

波司登创始人、集团董事局主席兼总裁高德康应邀出席大会，并发表《ESG引领可持续时尚——波司登可持续发展的登峰之路》主题演讲，系统性阐述波司登责任为先、科技赋能、协同共生的可持续发展登峰之路，为纺织行业低碳转型提供“波司登方案”，得到与会嘉宾广泛认可。

在全球积极应对气候变化、大力推进可持续发展的时代背景下，纺织服装行业的可持续发展成为全球广泛共识。据联合国环境署数据，纺织服装业碳排放量占全球碳排放总量的10%，超过国际航空和航运业总和。我国“碳达峰碳中和”战略目标的提出，不仅是政策要求，更是产业升级的历史机遇。中国作为全球最大的纺织服装生产国、出口国和消费国，其可持续实践深刻影响着全球时尚产业的转型进程。新时期中国纺织正围绕“科技、时尚、绿色、健康”新定位，加快形成新质生产力，为全球气候治理贡献中国方案、纺织智慧。

高德康表示，中国纺织服装行业始终是全球绿色发展的重要参与者、贡献者与推进者。可持续发展不仅是行业企业履行社会责任的体现，更是携手迈向“纺织强国”“责任强国”的必然选择。波司登始终将可持续发展理念贯穿于企业经营的全过程，以实际行动践行绿色承诺，为行业绿色低碳转型和高质量发展贡献力量。“可持续时尚不是附加在商业模式的‘装饰’，而是波司登在品牌重塑、产业升级、全球布局过程中始终坚守的价值导向。”

波司登响应全球气候治理，发布“1+3+X”ESG战略

波司登以“双碳”目标为指引，构建了“1+3+X”的ESG战略框架，以“以消费者为导向，引领可持续时尚”为核心愿景，致力于在满足消费者时尚需求的同时，显著提升环保绩效，增进社会价值，并驱动全价值链的可持续发展转型。

为此，波司登制定了明确的阶段性目标，包括短期内将ESG理念和核心举措贯穿企业运营全过程及80%的核心利益相关方，中期目标是2038年前实现运营环节净零排放，长期愿景则是引领全价值链可持续时尚发展，推动产业实现净零排放。围绕“产品先锋、自

然向好、以人为本”三大核心领域，通过供应链协同、技术创新、公益赋能等“X”项行动，系统性推进绿色管理的全面覆盖，切实筑牢ESG能力根基，打造全价值链可持续发展生态。

在环境守护方面，波司登以科学严谨的态度制定了“2038年运营净零”的目标，并通过优化自身运营及供应链体系的能源使用效率、扩大可再生电力应用比例、加大对公益生态项目的支持力度等举措，积极推动减排进程。

在产品先锋方面，波司登将可持续低碳与循环时尚理念深度融入全价值链，覆盖原料采购、生产制造、物流运输及供应商管理等环节。羽绒原料100%获得负责任羽绒标准RDS认证，实现全程可追溯；联合供应商研发生物基含量达70%以上的环保面料，首创单一材料可循环羽绒服，开发产品模块化设计，推进产品碳足迹认证和零碳产品打造等。同时，牵头制定《可循环服装设计规范》标准，探索服装行业可持续发展及循环时尚的设计规范。

坚持以人为本，积极融入全球可持续发展体系

此外，波司登坚持“以人为本”的文化根基，致力于打造多元包容的职场生态，为员工提供广阔的发展空间和良好的工作条件。在社会公益领域，波司登公益基金会累计捐款捐物超过14亿元，覆盖减灾救灾、社区帮扶等领域，受益群众158.9万人。

在协同共治方面，波司登构建供应链可持续风险评估与考核机制，制定核心管理制度，开展供应商绩效与现场评估，完善能源管理体系认证机制，增加绩优激励政策，提升供应链的整体可持续发展水平。

可持续时尚没有国界。波司登正以开放的姿态参与全球气候治理，积极融入全球可持续发展体系：正式加入联合国全球契约（UNGC）、联合国“零售影响力”全球倡议，参加联合国可持续发展目标峰会官方边会并签署倡议，加入“时尚气候创新30·60碳中和加速计划”，出席第二十九届联合国气候大会（COP29）等，为推动全球可持续发展贡献力量。波司登可持续管理实践获得国际权威评级认可，连续入选标普全球《可持续发展年鉴（中国版）》，MSCI（明晟）ESG评级上调至AA级，成为全球服装行业内ESG绩效排名领先的中国品牌。

可持续发展是一场进无止境的“接力赛”。面对新质生产力浪潮，波司登将在多个前瞻议题上深入布局，进一步完善ESG架构，深化与各方的合作，携手全社会、全行业、全价值链的伙伴们，构建一个绿色、韧性、共享的可持续未来，书写“世界羽绒服，中国波司登，引领新潮流”的崭新篇章。**TA**



针线织春光，匠心叙未来！

AruGaw 诺荪发布 2026 “织春”定制大秀

■ 本刊记者 _ 陶红

6月27日，大连时装周的聚光灯下，T台如一道流淌的星河。光影交错间，大连泛瑞客制衣有限公司旗下高端男装定制品牌——AruGaw诺荪，以其2026春夏“织春”定制大秀，为观众编织了一场关于春日、匠心与未来的震撼叙事。

本季发布以“织春”主题，打造了两大风格鲜明的子系列——“晨序”正装系列、“素野”休闲系列，为都市绅士构建起穿梭于商务与自然的“时尚衣橱”。

匠心独运，诠释自在诗意

AruGaw诺荪“织春”系列以意大利和日本进口材质为基底，根据不同系列的风格和需求，精心挑选核心面料和制作工艺。

其中，“晨序”正装系列采用Napoli肩意式全手缝全毛芯西装工艺，面料主要选用100%精纺轻薄羊毛，实现挺括廓形与轻量体感的完美平衡；部分高端款式则采用100%羊绒或90%羊毛+10%羊绒混纺面料。此外，还创新性地融入牛仔等元素，巧妙实现了经典工艺与现代个性的融合。

“素野”休闲系列聚焦自然与舒适，色彩以柔和的燕麦色、浅天空蓝为主，点缀苔藓绿，营造清新淡雅的氛围。面料优选亚麻、纯棉等天然材质，剪裁与工艺追求“简约而不简单”，通过巧妙设计和精细做工，打造出兼具时尚感与舒适度的休闲单品。

“时装不仅是包裹身体的布料，更是安放灵魂的港湾。”大连泛瑞客制衣有限公司总经理、AruGaw诺荪品牌创始人初雪梅表示，“织春”系列所追求的舒适不仅是物理层面的柔软与透气，更是一种由内而外的自在感，一种无需刻意经营、举手投足间自然流露的从容气质。

在快节奏的都市生活中，“织春”系列希望

找回本真与松弛，即在忙碌中依然能感知生活诗意的能力。初雪梅表示，品牌所倡导的正是这种“不费力的诗意”，让时尚回归本源，让舒适成为常态。这便是此主题的深意，也是诺荪始终如一追求——让时尚成为你最温柔、最不费力的陪伴。

针线为魂，定义绅士之境

AruGaw诺荪对“定制”的理解，早已超越尺寸的契合，追求精神共鸣与气质相融。这份非凡匠心，源于品牌深厚的积淀与持续的创新。

AruGaw诺荪创立于2011年，自诞生起便深耕全品类高端男装定制领域。它不仅是在制作服装，更是以优质产品为载体，输出一种独特的生活方式。充分考虑不同场景需求，为消费者提供丰富多样的穿搭方案，致力于成为消费者贴心的“衣橱管家”，助力每一位消费者定义属于自己的专属风格。

“AruGaw诺荪的起点并非仅销售服装，而是锚定了一个更深层的需求，成为消费者信赖的形象顾问。”初雪梅介绍道，做消费者的“衣橱管家”本质上是做个人形象管理解决方案的提供者，通过专业的服务，帮助消费者系统性地认知自我、定义风格，提升整体形象气质。

为实现这一目标，品牌深耕业务员专业能力。初雪梅表示，公司所有业务人员不仅是销售顾问，更是经过严格训练的美学顾问和搭配规划师，不仅协助管理衣橱空间，更致力于精准狙击消费者的“穿衣忧虑”，提供一站式的解决路径，让消费者真正告别“衣橱满满却无衣可穿”的困境。

值得一提的是，2022年AruGaw诺荪创新打造出集舒适、轻便、时尚于一体的“新连派”风格服装，将意大利经典版型与东方人体型、特质、审美等元素相结合，以完美合身的版型、

与时俱进的时尚风格，做定向的版式、产品开发，打造出适合东方人特质的意式潮流服饰，并营造“第二层肌肤”般贴合舒适感，彻底打破传统正装的束缚感。

初雪梅表示，在确保舒适的基础上，“新连派”融入与时俱进的时尚元素，让穿着者无需在“有型”与“舒适”间妥协，而是同时享有两者带来的自信与自在。

场景深耕，提案品质生活

AruGaw诺荪的最终目标不仅在于服务个体，更在于拓展市场边界，深度融入目标人群的生活方式场景，通过资源整合，让品牌理念触及更广泛的群体。

初雪梅表示，品牌所强调的“衣橱管家”综合服务，早已超越了门店咨询，深入到消费者的生活场景，如职场晋升、重要社交活动、日常通勤、休闲度假等，根据消费者具体的身材特点、职业属性、场合需求以及深层次的个人审美偏好，提供量身定制的西装及整体搭配方案。这种服务本身就是一种高品质生活方式的提案。

为了更有效地触达和服务目标人群，AruGaw诺荪积极构建线上线下融合的社群圈层。初雪梅介绍道，线上利用社交媒体平台、专属社群进行美学内容、穿搭技巧、个性化咨询服务、会员专属活动预告等，持续输出价值，培养互动；线下举办主题沙龙、形象管理讲座、VIP私享会等，将具有相似生活态度和品位追求的人群聚集在一起，创造交流、分享、共同成长的体验场域，让品牌成为用户生活圈的一部分，助力品牌拓宽市场基础、吸引新一代消费者。

AruGaw诺荪“织春”大秀的帷幕虽落，这场由针线与匠心编织的春日叙事，才刚刚开始。诺荪ARUGAW正以一针一线永恒匠心，在时代的织机上，续写着属于中国绅士的品质传奇。**TA**



康赛妮：以包容之心对话世界， 让中国时尚惊艳全球

■ 本刊记者 _ 郭春花

骄阳似火，万物蓬勃。6月至7月，康赛妮集团董事长、总裁薛惊理亲自挂帅，再度踏上征程，携一系列创新产品与独特设计，先后去到意大利 PITTI UOMO 国际男装展、米兰国际时尚周、PITTI FILATI 国际流行纱线展，并辗转巴黎、香港、伦敦、洛杉矶，与全球行业伙伴共探纱线潮流。

打破常规， 重新定义穿着自由

在刚刚结束的第 108 届 PITTI UOMO 国际男装展上，康赛妮集团带着全新项目《身体是一座游乐场（The Body Is A Playground）》的大胆宣言惊艳亮相，用一场打破常规的时尚实验，重新定义穿着自由！

作为亚洲唯一连续八年受邀参展 PITTI FILATI & PITTI UOMO 的中国企业，本届展会组委会对康赛妮予以特别重视，将企业作为单页重点宣传对象纳入推广册，这在展会历史上尚属首次。薛惊理对此非常自豪，他说，企业如此受展会组委会重视，说明中国文化时尚正在走向世界，这都将成为中国企业走向世界的资本。

薛惊理表示，长期以来，部分国人存在认知误区，认为时尚领域的巅峰成就仅属于国外，且鲜有人敢于与国际顶尖设计师、品牌开展深度交流，更遑论将中国时尚文化融入世界设计体系。然而，自康赛妮受邀参展 PITTI FILATI & PITTI UOMO 的八年间，我们始终积极与全球设计师、行业专家展开多元对话，持续输

出创新理念与文化见解。合作初期，我们的设计理念与文化表达尚未引起国际同行的足够重视，但随着交流的深入与合作的推进，我们的想法、理念及对行业未来的前瞻性思考，逐渐获得国际市场的广泛关注与认可。

此次展会，在全球 1000 余家参展企业中，康赛妮作为唯一受邀进入展会主场的中国企业，凭借开放包容的合作态度，以中华优秀传统文化为根基，与国际时尚理念深度碰撞融合，展现出中华民族的文化自信，力求实现“你中有我，我中有你”的世界时尚新格局，品牌理念与成果获得国际同行的高度认可与广泛借鉴。

诗意对话， 以行为艺术展现产品理念

展会期间，意大利政府相关领导以及众多品牌负责人来到了康赛妮展位，与薛惊理进行了热烈交流。薛惊理表示，中意两国在时尚领域各有优势，通过加强合作，可以实现资源共享、优势互补，共同推动全球时尚产业朝着更加绿色、创新的方向发展。与此同时，国际时尚媒体依然给予康赛妮高度关注。意大利全国日报、最重要的财经报纸 IL SOLE 24 ORE、意大利知名的 QN 报纸、Fashion Magazine 等均对康赛妮在展会上的精彩表现以及品牌创新成果进行宣传报道。这些报道不仅向全球时尚界展示了康赛妮的品牌实力与产品魅力，更提升了康赛妮在国际市场的知名度与影响力。

本届展会，康赛妮联合时尚评论家兼

策展人 Angelo Flaccavento 策划，携手时装设计师 Luca D' Alena 共同打造，推出一组针织胶囊系列，聚焦服装与身体、动作与肉体之间的关系。The Body Is A Playground 礼赞穿衣这一日常行为，将其转化为一场持续的讲述与自我重构的仪式，展现身体与服装之间永不停歇的诗意对话。

该系列由模块化、可延展、富有图像语言的服装组成。圆领或 V 领毛衣、Polo 衫、马甲、开衫、长袍等原型服饰，被划分为多个结构模块，透过不同的透明度与密度对比，呈现多种穿着方式与层次重量的变化。每件服装实际上由多个独立部分构成，既可层层叠加至完整形态，也可停留在任一阶段。简约变得复杂，单一被解构，幻化为无尽的可能。

展会期间，CONSINEE 品牌特别邀请意大利先锋表演团体 Kinkaleri 呈现现场演出，吸引了意大利电视台电视频道等众多媒体、高级媒体人及客户嘉宾现场观演。Matteo Coluccia 和 Daniele Del Bandecca 两位表演者以身体为语言，以节奏为线索，为观众带来一场充满能量与诗意的动态演绎。他们的出现不仅打破了静态展示的边界，也将 CONSINEE 的创作理念以更加立体的方式传达出来。这也是 PITTI 历史上第一次创新的展现，运用行为艺术来表现产品理念。

康赛妮作为中国时尚产业的杰出代表，不仅在产品创新上表现出色，更在国际舞台上展示了中国品牌的实力和魅力。TA

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）

中国纤维流行趋势
公众号

中国纤维流行趋势
小程序

市场营销震荡推升 价格指数环比上涨

20250630 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20250630 期纺织品价格指数收报于 105.51 点，环比上涨 0.64%，较年初上涨 0.93%，同比上涨 0.53%。



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

原料行情环比回升，涤纶环比上涨，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于 86.95 点，环比上涨 1.07%，较年初上涨 7.90%，同比上涨 4.97%。

聚酯原料环比回缩，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨。萧绍地区涤纶长丝成交环比推升，价格环比上涨，POY 报价 7150 元 / 吨，环比上涨 25 元 / 吨；FDY 报价 7450 元 / 吨，环比上涨 25 元 / 吨；DTY 报价 8425 元 / 吨，环比上涨 75 元 / 吨。上游聚酯原料价格环比回缩，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。纯涤纱市场报价价格基本稳定，32S 纯涤纱报 10650 元 / 吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 16800 元 / 吨左右，环比持平。

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 106.93 点，环比上涨 1.01%。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 30 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，询价及成交环比上涨。

近期，再生纤维素类指数收报于 88.01 点，环比下跌 0.13%。粘胶短纤原料价格基本稳定，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 12600 元 / 吨左右，环比持平。人造棉收报于 73.44 点，环比下跌 0.06%。30S 人棉纱价格报 17040 元 / 吨左右，环比下跌 10 元 / 吨；40S 人棉纱报 18500 元 / 吨左右，环比持平。人造丝收报于 100.31 点，环比上涨 0.23%。

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 115.12 点，环比上涨 0.95%，较年初下跌 3.44%，同比下跌 2.60%。

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：天然纤维坯布收报于 180.92 点，环比上涨 7.26%，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上涨；化学纤维坯布指数收报于 105.14 点，环比上涨 0.45%，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。

服装面料环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 110.53 点，环比上涨 0.54%，较年初下跌 5.26%，同比下跌 5.01%。

本期服装面料类价格指数环比上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升，夏季面料下单环比回升，秋季面料下单环比增加，对口客商入市认购局部增加，服装面料价格指数环比上涨。其中：纯棉面料、麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、粘胶面料、涤纶面料、涤纶面料、涤纶面料类成交价量不等量上涨。

特色分类指数中：裙装面料指数收报于 120.57 点，环比持平；茄克衫面料指数收报于 124.56 点，环比持平；牛仔服面料指数收报于 104.79 点，环比持平；色织工艺面料指数收报于 122.02 点，环比持平；吸湿性能面料指数收报于 118.53 点，环比持平。

家纺市场环比回升，价格指数环比小涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.96 点，环比上涨 0.27%，较年初下跌 0.89%，同比下跌 0.77%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，家纺市场行情环比回升，整体市场价格环比上涨。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：窗纱类收报于 101.06 点，环比上涨 0.29%；窗帘类收报于 101.87 点，环比上涨 0.15%；其他家纺类收报于 94.53 点，环比上涨 0.24%。

市场行情环比回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期辅料类价格指数收报于 112.90 点，环比下跌 0.76%，较年初下跌 13.84%，同比下跌 13.54%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，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。其中：线绳收报于 125.71 点，环比下跌 0.42%；窗帘布带收报于 107.77 点，环比下跌 2.04%；挂球和挂钩收报于 107.99 点，环比下跌 1.49%；窗帘轨道收报于 96.88 点，环比下跌 1.98%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。因下游需求局部小增，市场行情走势局部顺畅。秋季面料供给有所增加，现货成交将呈现增长态势，初冬季面料打样和批量试单局部小增，南北客商认购踊跃度将震荡小升，后市轻纺城传统市场营销将逐步增加，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



中国轻纺城 CHINA TEXTILE CITY
TEXTILE NEW MATERIALS CENTER

纺织新材料中心

[纤聚柯桥 协同发展]



招商热线
-0575-

84111017



中国轻纺城北市场南侧