

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 2025.07.14 | 第25期 | 总第1225期





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

在区域领先的展会中，

探寻纺织领域的前沿
创新科技与技术



中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会

新加坡2025

2025年10月28 - 31日

新加坡博览中心

www.citmesingapore.com

探索涵盖纺织和服装制造产业链的新技术，
以增强竞争力和推动可持续发展

70,000m²
展览总面积*

770+
家参展商*
来自31个国家/地区

19
产品大类*

*以上数据由主办方提供

现场体验技术持有者进行机械展示。

立即登记！



观众预登记系统已上线。尽早注册享专属优惠。

主办单位



承办单位



协办单位



合作协会



支持单位



举办国家



官方航空公司



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	
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	
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	牛学臻	
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*

中国纺联党委召开系列会议，部署集中整治违规吃喝等工作
工信部征集 2025 年度十大类纺织创新精品
《国家科学技术奖励条例实施细则》修订发布
盛虹印染推出全流程无氟方案，引领行业绿色变革

08 特别报道 *Special*

中国纺企代表团赴南欧探纺织脉动，谋合作新局
走进越南六大工业园区，把握关税战下的产业链重构机遇



12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

打造红色枢纽，强化双向共管
鲁宏纺织：让小众麂皮绒走出可持续之路
强化“好面料、柯桥造”行业认知

16 话题 *Topic*

2025 全球运动服饰行业：金字塔结构下的“梯队战”升级
海阳科技，凭什么受追捧？
福恩股份上市申请被受理

18 产业用 *Industry*

守护生命健康、生活健康，医疗纺织材料大有可为！

20 化纤 *Industry*

纺织“3+1”给纤维产业带来新机会

22 品牌 *Brand*

营收利润连续 8 年创新高，波司登交出亮眼年报

23 一线 *Frontline*

上海洁宜康：以研发创新，重构功能纺织品竞争壁垒

24 观察 *Observation*

挑战与对策：大数据时代下的企业营销

26 指数 *Index*

夏市营销环比推升 价格指数环比上涨



刘 嘉
《纺织服装周刊》副社长

纺织科技守护生命健康

当一片薄如蝉翼的高分子织物替代牛心包，成为人工心脏瓣膜的核心材料；当一块嵌入上万个传感器的智能床单，在患者安睡中悄然完成生命体征监测——传统纺织工业的边界已被彻底颠覆。在科技与健康的交汇点上，中国纺织企业正以创新为梭，织就一张经纬纵横的生命守护网。

在日前举行的“第二届中国医疗与健康用纺织材料产业大会”的舞台上，科技、时尚、绿色与健康正交融为纺织新质生产力的核心坐标——医疗健康纺织材料以其独特的科技魅力，从基础防护的幕后走向守护生命健康的前沿阵地，标志着行业一次意义深远的战略转身。

大会传递的信息显示，突破之路已在多维协同中渐次铺开——徐卫林院士团队关于织物增强人工血管与神经再生支架的成果，中科院常江研究员聚焦的电纺丝生物活性复合材料研究，加拿大拉瓦尔大学张泽教授对各类植入物现存挑战的深刻剖析，无不彰显着从材料科学到生命科学交叉融合的磅礴伟力。

然而这条通向“健康未来”的道路绝非坦途。俞建勇院士的洞见清晰勾勒出当前面临的三大瓶颈：技术壁垒需破壁攻坚、实验室成果向临床转化的鸿沟亟待弥合、监管科学需与创新节奏适配。这些障碍本质上是医疗纺织材料从“能用”迈向“优用”和“广用”必须跨越的深谷。

正如中国纺织工业联合会副会长李陵申强调的，“加强行业基础能力建设”“医工交叉协同创新”与“政策市场双轮驱动”正是破壁的核心路径。如今，一批企业正以这一路径重新定义“健康纺织”的边界。

例如，愉悦家纺从传统家纺企业转型为大健康企业，规划了医疗、制造、研创、康养、新零售五大板块。愉悦家纺先后自主研发“纳纤膜”新材料，实现了超高过滤和超低气阻的融合；与东华大学共建“星空实验室”，推动科技成果从实验室走向生产线；针对全天候健康管理 with 养老监护的需求，开发面向智慧养老的智能纤维与织物。

再比如，稳健医疗耗时 3 年、投资数亿元研发出全棉水刺无纺布专利技术，解决了传统医用纱布易掉纱线头容易引起伤口感染，甚至引发医疗事故的行业问题。基于这项技术，稳健医疗还将产品拓展至日用消费领域，旗下子公司全棉时代在推出行业首创的第一张全棉柔巾之后，相继又推出婴儿棉尿裤、全棉卫生巾、抗皱免熨烫的液氨棉家居服等创新产品，从母婴用品拓展到生活家居全品类。

纺织科技进军生命健康疆域的号角已然吹响。当纺织科技以“健康”为名重新定义自身价值，其未来不仅关乎产业升级，更承载着提升人类生命质量的崇高使命。期待产学研医携手，以协同为针、以创新为线，共同织就一幅守护亿万生命的壮丽健康图景。

View point / 产经看点

据国家开发银行 7 月 8 日消息，今年上半年，国开行发放物流领域基础设施贷款 120 亿元，同比增长 67%，服务扩内需、促消费。

——国家开发银行

当地时间 7 月 7 日，美国总统特朗普签署行政命令，延长所谓“对等关税”暂缓期，将实施时间从 7 月 9 日推迟到 8 月 1 日。

——经济日报

“十四五”以来我国每年制造业增加值都超过 30 万亿元，连续 15 年坐稳全球制造业“头把交椅”，200 多种主要工业品产量世界第一。

——国家发展改革委

中国物流与采购联合会最新数据显示，6 月份中国大宗商品价格指数为 110.8 点，环比上涨 0.5%。

——中国物流与采购联合会

国家外汇管理局统计数据显示，截至 6 月末，我国外汇储备规模为 33174 亿美元，较 5 月末上升 322 亿美元，升幅为 0.98%。

——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

中国纺联党委召开系列会议，部署集中整治违规吃喝等工作

6月30日，中国纺联党委召开警示教育 and 集中整治违规吃喝动员部署会暨2025年理论学习中心组第四次学习会。会议集中学习了习近平总书记有关重要讲话精神，传达了中社部有关会议部署要求，通报并剖析了有关典型案例，中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲作动员部署讲话。中国纺联全体领导班子成员，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，中国纺联工会正副主席，团委书记等共70余人参加会议。

会议围绕“第一议题”，首先集体学习了由党委学习教育工作专班整理摘录的习近平总书记自党的十八大以来关于指出违规吃喝危害性以及整治违规吃喝必要性的重要论述。按照学习教育部署，会议还集体观看了反映“延安作风”打败“西安作风”的《一顿饭背后的作风对决》，揭露违规吃喝“主导者”“维护者”“参与者”“沉默者”本质的《“吃”心之祸》，以及新华视评《整治违规吃喝“层层加码”是一种“高级黑”》等学习视频材料。

中国纺联纪委副书记、副监事长孙晓音通报了学习教育开展以来中央通报的关于形式主义及违规吃喝的典型案例，并围绕案例暴露出的有关作风不实、规矩不严等问题进行了深刻剖析，提醒广大党员干部领导干部，尤其是主要领导同志要以案为鉴、防微杜渐、筑牢底线。

孙瑞哲围绕集中整治违规吃喝对深入贯彻落实中央八项规定精神进行了再动员再部署。他从“深刻认识违规吃喝的政治危害”“深入落实整治违规吃喝的重点任务”“深化完善整治违规吃喝的工作合力”三个方面对集中整治违规吃喝有关工作进行了部署，并要求中国纺联系统各级党组织坚决



会议现场。

压实责任，积极引导广大党员、职工，以集中整治违规吃喝为抓手，进一步深化学习研讨、深化问题查摆、深化集中整治、深化建章立制，继续坚持不懈强化作风建设，持续推动学习教育提质增效，切实通过践行“四有”文化理念，有力促进中国纺联职工队伍在干事创业的浓厚氛围中不断凝聚精神力量，涵养实干新风。

此外，会上还学习传达了中社部全国性行业协会商会学习教育第三次现场调度会的有关会议精神，并印发了中央八项规定及其实施细则等法规文件中关于禁止违规吃喝及铺张浪费的规定要求、对照检查清单合辑等材料供学习使用。（中国纺联党办）

工信部征集 2025 年度十大类纺织创新精品

近日，工业和信息化部发布消息，为加快提升产业创新能力，支持和推广纺织服装创新产品，增加优质供给，依据《数字化助力消费品工业“三品”行动方案（2022—2025 年）》《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025 年）》，现组织开展 2025 年度十大类纺织创新精品建设推广工作，并明确将给予支持。

此次征集聚焦十大品类，分别是时尚流行产品、非遗国潮产品、数字科技产品、运动功能产品、舒适功能产品、母婴用产品、老年用产品、安全防护产品、健康卫生产品、绿色低碳产品，重点征集科技含量高、附加值高、设计精美、制作精细、性能优越的标志性产品。

申报产品范围限定为服装、家纺及产业用纺织品三大领域的终端成品，不包括纤维、纱线、面料等上游原材料及中间制品。同时，申报产品必须通过《国家纺织产品基本安全技术规范》（GB18401—2010）标准检测，若产品具有一定的功能和绿色属性，需提供对应的功能检测报告和绿色认证。此外，申报产品需符合申报品类相关要求，并在设计创新、技术创新、品质保证、生态环保特性、市场应用特性等方面具有创新性和领先性，具备明确的市场定位和应用前景。

此次工信部组织开展 2025 年度十大类纺织创新精品建设推广工作，将为纺织行业的创新发展注入新动力，推动产业提质升级，更好地满足市场对优质纺织产品的需求。（综编）

国家出台科技型企业孵化器管理办法 构建创新创业生态

日前，工业和信息化部印发《工业和信息化部科技型企业孵化器管理办法》，从功能定位、管理体系、认定标准、工作机制上进行了系统性重构，旨在推动孵化器从量的增长向质的提升转变，从提供服务向构建创新创业生态转变。

科技型企业孵化器是指以促进科技成果转化和产业化、孵化科技型企业、弘扬企业家精神为宗旨，为科技型初创企业和创业团队提供经营设施、创业辅导、技术支持、市场拓展、投资融资、管理咨询等专业服务的科技创业服务机构。据了解，目前，全国孵化机构总数 1.6 万家，在全球 50 多个国家和地区布局建设分支机构，培育了一大批具有影响力的高新技术企业和专精特新企业，在推动经济快速发展中发挥重要作用。

《管理办法》从功能定位上，突出促进成果转化和产业化、孵化科技型企业、弘扬企业家精神，突出促进传统产业升级、新兴产业壮大、未来产业培育，服务发展新质生产力。从管理体系上，推动原国家级转为部级（标准级）孵化器，同时，聚焦新兴产业和未来产业领域，培育对标国际一流的部级（卓越级）孵化器，引导各类资源要素集聚。在认定标准上，标准级孵化器更加注重服务能力和孵化绩效，卓越级孵化器则强化产业属性、服务功能、高端人才、投资带动、加速转化等方面的能力，整合集聚创新资源，构建创新创业发展生态。在工作机制上，突出部省协同，工业和信息化部加强全国孵化器规划、政策、标准引导和监管，同时，引导地方各级主管部门加强指导和服务，加大对孵化器的资金、人才等政策支持。（郝杰）

《国家科学技术奖励条例实施细则》修订发布

日前，科技部公布了修订后的《国家科学技术奖励条例实施细则》（以下简称《细则》），自 2025 年 6 月 27 日起施行。

《细则》作为《国家科学技术奖励条例》的重要配套文件，于 1999 年首次发布，2004 年、2008 年进行了两次修改。《细则》施行以来，为推动落实《奖励条例》、规范国家科技奖励工作发挥了重要作用。党的十八大以来，党中央、国务院对科技奖励工作作出一系列新部署新要求，《细则》亟待修改完善。

新修订的《细则》突出奖励导向。强调国家科学技术奖坚持国家战略导向，坚持“四个面向”，与国家重大战略需要和中长期科技发展规划紧密结合，推动科技创新和产业创新深度融合，重点奖励在基础研究和应用基础研究、关键核心技术攻关、助力发展新质生产力等方面做出创造性贡献的科学家和一线科技人员。同时，围绕国家战略导向和科技创新发展目标，完善各奖种奖励范围和评审标准。

明确评奖周期和授奖数量。国家科学技术奖每两年评审一次，国家自然科学奖、国家技术发明奖、国家科学技术进步奖每次授予项目总数不超过 300 项。其中，每个奖种的特等奖项目不超过 3 项，一等奖项目不超过该奖种奖励项目总数的 15%。

在优化提名评审机制方面，《细则》明确，一是落实“提名制”要求，

强化提名者责任。二是细化国家自然科学奖、国家技术发明奖和国家科学技术进步奖奖励对象由“公民”改为“个人”后的配套规定。三是细化候选者不得被提名的情形。四是完善奖励委员会、评审委员会和评审组职责和组建规则，建立评审信誉管理机制。五是规定根据评审工作需要，在评审组初评前可以进行通讯评审。六是将国家自然科学奖、国家技术发明奖、国家科学技术进步奖候选者及其候选项目公示阶段调整为受理后和初评后，并新增提名前公示要求，异议受理期相应调整为公示期间。

在诚信监督方面，《细则》一是明确监督委员会履职方式。监督委员会根据相关规则，通过现场监督、审议工作报告，以及经奖励委员会授权对重大问题组织专项调查等方式，履行监督职责。二是实行科研诚信审核制度。在提名、评审等活动中对相关个人、组织的诚信情况进行审核。三是禁止任何单位和个人进行可能影响国家科学技术奖提名和评审公平、公正的活动。四是细化对国家科学技术奖励活动中各类主体违规行为的惩戒措施。

针对保密要求，《细则》提出，一是建立健全国家科学技术奖励工作保密管理制度。对涉及国家安全的项目，采取严格的保密措施，加强全过程保密管理。二是规定参与国家科学技术奖励活动的单位和个人应当严格遵守保密要求。对违反保密规定的，由有关部门依法予以处理。（郝杰）

盛虹印染推出全流程无氟方案，引领行业绿色变革

日前，盛虹印染开展纺织品 PFAS 解决方案开放日活动，在行业内率先推出纺织品生产全流程 PFAS 管控方案，引领印染行业绿色转型升级。

作为全球产能规模头部印染企业，盛虹始终坚持可持续发展，通过技术创新和管理升级，探索绿色低碳发展之路，为行业高质量发展做示范。近年来，盛虹印染多措并举推动产业绿色化转型升级，承担印染绿色化智能化领域重大技术装备攻关工程，推动关键技术设备国产化，打造全球领先的绿色化智能化印染工厂。此次盛虹印染推出纺织品生产全流程 PFAS 管控方案，是实现绿色转型的重要举措之一。

PFAS 是全氟和多氟烷基物质的缩写，因其防水、防油、防污等优异化学性能被广泛应用于纺织品中。但 PFAS 不易降解，被称为“永远的化学物质”，在环境中长期存在且具有生态毒性，对人体健康和生态环境造成潜在威胁。盛虹印染推出纺织品生产全流程 PFAS 管控方案，多方面走在行业前列，实现全流程无氟。一是实现尖端检测、精准溯源，引进高端液相色谱—质谱联用仪（LC-MS/MS），满足纺织品 PFAS 新规检测要求。二是保证全链绿色、智控升级，建立贯穿前处理、染色、定型等核心环节的无氟生产专线，通过全流程物理隔离，杜绝交叉污染风险。三是加强协同共建、全链管控，积极协同上下游伙伴，共同构建从染化料到成品的全链路管控模型。（周锐）

溢维环境靛蓝回用系统 在新大东纺织圆满验收

近日，广东溢维环境科技有限公司的靛蓝在线回用系统一期工程，在河北新大东纺织有限公司通过验收。该项目是靛蓝在线回用系统在束染机上的首次应用，实现了 95%



溢维环境靛蓝回用系统将助力新大东纺织绿色生产。

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。

靛蓝在线回用系统一期工程历时 4 个月完成，系统每日可处理废水 80 立方米，每年可回收靛蓝约 5000 公斤、回收水约 22000 立方米，为企业节省成本约 30 万元/年，更通过严格的水质检测系统，确保回用的靛蓝、水完全满足高端牛仔面料的染色品质要求。此次验收是一期工程的终点，更是双方深化合作的起点。新大东纺织已规划二期工程，计划为更多染色产线部署靛蓝在线回用系统。

此外，由溢维环境与新大东纺织共同开发的“多参数底液在线测控系统”已进入工业测试阶段，该系统可精准测量染色阶段靛蓝染料、硫化染料、保险粉、氢氧化钠浓度，以及 PH 值、ORP 和电导率等参数，在提升染色质量的同时，有效避免人工操作导致的化学品浪费，并且降低污水处理成本。

据了解，溢维环境的靛蓝在线回用系统借助膜分离技术及靛蓝在线浓度检测装置，对水洗污水进行处理，高效实现靛蓝和水的循环使用，减轻污水末端处理难度，目前已在 新大东纺织、前进牛仔、泰源印染等先进牛仔企业中率先应用。（丁莉）



中国与南欧纺织服装业未来可更好地优势互补、互利合作、共赢发展。

当前国际形势风云变幻,全球纺织产业链也正经历深刻重构。变局之中,更需要化危为机的胆魄与行动。近日,中国纺织服装行业代表团出访南欧、越南等地,展开产业对话与商贸对接,主动出击探寻合作新路径,在产业链重构中锚定新坐标,于跨国协作中编织新网络。

中国纺企代表团 赴南欧探纺织脉动，谋合作新局

近日,由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会组织的中国纺织服装企业家代表团赴葡萄牙、西班牙进行了为期八天的纺织服装业国际布局调研及合作洽谈。代表团由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带队,20位行业协会领导与企业家、高管随团出访。

中国作为全球最大的纺织服装生产国与出口国,纺织产业加速向价值链高端攀升;葡萄牙与西班牙在高端面料研发、品牌运营、可持续时尚实践及绿色供应链建设等领域积淀深厚,与中国纺织服装产业形成互补优势。此次访问瞄准“优势互补、资源共享、协同创新”目标,深入葡萄牙北部产业集群以及西班牙纺织制造基地与时尚中心巴塞罗那,与当地多方进行实地调研与深度洽谈。

行业对话 开创协同发展合作新格局

访问期间,代表团与葡萄牙纺织服装协会、葡萄牙纺织技术中心、葡萄牙经贸投资促进局、葡萄牙企业家协会、巴塞罗那商会、西班牙纺织联合会高层领导会谈,沟通行业现状、投资政策及合作前景。西班牙纺织联合会组织了中西纺织企业洽谈会,邀请近20家当地纺织企业参会。

徐迎新向两国相关人士介绍了中国纺织行业发展情况。中国纺织业有完整产业链,正推进高端化、智能化、绿色化转型升级。共建“一带一路”倡议提出以来,中国纺织行业持续融入全球产业合作与分工布局体系,对外投资存量超140亿美元。对于与葡萄牙、西班牙的合作现状与展望,他表示纺织服装产业是中国与葡萄牙、西班牙经贸合作与文化交流的重要纽带,双方需加强产业沟通,推动技术创新、绿色发展、品牌建设和市场开拓等领域深层次对话,挖掘合作潜能,促进双向贸易投资考察,形成优势互补、协同发展

的合作新格局,推动纺织行业绿色低碳转型,加强品牌合作与创意设计交流,构建国际化专业人才交流渠道。

葡萄牙纺织服装协会董事 Paulo Melo 指出,葡萄牙纺织产业有较完整产业链,企业以家庭作坊式小型企业为主,具灵活性和市场快速响应能力,但近两年来行业面临压力,企业正调整战略,聚焦生产差异化、高附加值产品,推进可持续发展,提升数字化水平。美国关税政策对行业冲击显著,企业正开拓新客户、新市场降低贸易风险。

葡萄牙纺织服装协会秘书长 Ana Dinis 介绍,协会成立于1965年,有550家会员单位,覆盖完整产业链,销售额达40亿欧元,从业人员35000人。葡萄牙北部是纺织服装业主要产业集群,占全国总产能87%。纺织服装行业是葡萄牙传统支柱产业,从业人员占该国制造业从业人员17%,出口占葡萄牙出口总额8%。在欧盟纺织服装行业中,葡萄牙从业人员占比9%,销售额占5%。2024年,葡萄牙纺织服装出口总额达55.8亿欧元,覆盖180个国家和地区,前五大出口市场为西班牙、法国、德国、美国、意大利;出口产品结构为服装、非家纺类纺织品、家纺产品。面对全球市场竞争,葡萄牙纺织服装行业通过差异化生产、数字化转型、可持续发展、人才培养与国际合作提升竞争力,使“葡萄牙制造”在质量、设计和可持续性方面获全球认可。

葡萄牙纺织技术中心总裁 Braz Costa 介绍,该机构为非盈利公共机构,由政府、企业、协会及高校共同参与管理,定位为“企业—学术—政府”的桥梁,服务葡萄牙北部地区中小纺织企业,支持纺织、服装、制革及相关先进制造产业,核心目标是推动区域产业技术创新与数字化转型,职能包括研发与创新、技术支持、培训与教育、国际合作,研究方向紧扣全球纺织业可持续、智能、功能化趋势。Costa 计划下半年到访中国,与相关机构、院校合作交流。

葡萄牙企业家协会副会长 José Luís Ceia 和葡萄牙经贸投资促

进局执行董事 Paulo Rios de Oliveira 与代表团交流纺织服装业投资与合作。Oliveira 介绍说,葡萄牙地处欧洲大西洋门户,可辐射欧盟及葡语国家市场。截至2024年底,外商直接投资存量达2003亿欧元,占GDP的71%。2024年正值中葡建交45周年,过去十年中国在葡萄牙直接投资持续增长,成为葡萄牙第六大外资来源国。葡萄牙凭借高素质劳动力、强劲研发能力、低风险营商环境及投资激励政策吸引纺织服装业跨国公司设立高附加值生产基地,欢迎中国纺织服装企业赴葡投资。

商贸洽谈 开启长期互利合作新篇章

访问期间,代表团在巴塞罗那“丝绸之家”与西班牙纺织联合会高层及近20家本土纺织企业代表交流,举行商贸对接会。西班牙纺织联合会会长 Josep Maria Mestres 表示,西班牙纺织产业以特色中小企业为主体,践行可持续发展理念,推进绿色转型,期待开启中西纺织企业长期互利合作新篇章。

西班牙纺织联合会秘书长 Mònica Olmos 介绍,协会成立于2010年,有4000家会员企业,绝大多数是中小企业,从业人员45000名,年营业额超50亿欧元。西班牙是欧盟第四大纺织品服装出口国,约占欧盟出口总额8%。欧盟是主要出口市场,占73.4%,前五大目标市场为法国、意大利、葡萄牙、波兰和德国,合计占55.5%。家用纺织品与产业用纺织品是重要细分领域,呈稳步增长态势,希望中西企业加强交流、合作共赢。代表团企业与西班牙纺织企业进行了一对一商贸洽谈。

巴塞罗那商会国际部总监 Berta Perez Pey 介绍称,商会为企业提供国际化战略咨询、数字化转型指导、创新与可持续发展项目孵化、专业人才培养体系建设等支持。加泰罗尼亚大区首府巴塞罗那经济活力强劲,纺织服装企业占比11%。2022年巴塞罗那企业总营业额达3500亿欧元,出口额占全国18.9%,位居西班牙首位。商会将发挥桥梁作用,明年将组织商务代表团来上海访问,促进中西企业合作。

徐迎新介绍,中国拥有完备的现代纺织制造产业体系,制造能力与贸易规模世界首位,是保障国际纺织供应链的重要力量。围绕“科技、时尚、绿色、健康”新定位,中国纺织行业绿色发展发生趋势性变革。纺织工业是中国与西班牙共同的重要支柱产业,长期以来两国纺织服装产业已开展务实合作,未来仍有较多合作空间。2024年,中国对西班牙出口纺织品服装48.1亿美元,同比增长10.5%,高于对欧盟增速5个百分点。中西纺织服装业未来可更好地优势互补、互利合作、共赢发展。

走访对接 探索供应链合作新机遇

在探寻供应链合作机遇方面,代表团与多家南欧纺织服装品牌及企业进行了深入对接,这些企业涵盖女装、高端针织、婴童服装、综合性纺织集团及面料制造等多个领域,各具特色与优势,为双方潜在合作搭建了多元化桥梁。

Lola Casademunt, 这家源自巴塞罗那的女装企业创立于1981年,现运营两大姊妹品牌,诠释“可触及的奢华”理念。在新CEO及管理团队带领下,2020至2024年销售额激增7倍,年销6000万欧元,目标是2027年实现较2020年12倍增长。通过全渠道布局,产品覆盖全球36个市场,与中国供应链深度合作,所有产品由中国供应商制造,CEO对中国市场颇感兴趣,未来合作看好。

Lebor Gabala,作为西班牙本土高端针织品牌,专注四季针织产品,定位于中高端市场,产品平均售价400欧元左右,坚持“西班牙设计+中国制造”全球化合作路径,销售网络以线下品牌集合店为主。受全球消费市场疲软影响,疫情后收缩国际市场,深耕西



双方深度商贸洽谈,为加强产业链供应链协同发展注入新动力。

班牙本土市场,为未来重新布局国际市场积蓄力量。

A.Ferreira & Filhos, 这家1980年成立的葡萄牙纺织企业位于北部地区,是集研发生产与品牌运营于一体的综合性企业,实行“双轮驱动”业务模式:自主品牌业务专注0—24个月婴幼儿全品类服装市场;代工生产业务为欧洲多家知名品牌提供服务。工厂90名工人,年产30万件服装,凭借葡萄牙传统针织工艺与现代生产技术结合,在中高端婴童服装领域建立良好声誉,代工业务以“小批量、高品质、快反应”特点受欧洲品牌客户青睐。

Adalberto 是一家有50余年历史的葡萄牙纺织集团,从单一印花面料生产商转型为垂直整合的创新型纺织集团,构建覆盖多领域的完整产业生态,核心业务板块包括成衣制造、创新面料研发、家纺产品、高性能材料,拥有高端家纺自主品牌,与20多家全球一线品牌合作,主要生产基地在葡萄牙北部,近年在摩洛哥新增服装产能,注重研发创新与可持续绿色发展。代表团参观了其印花车间、样品展示厅等。

Falgarolas 公司是近百年历史的西班牙传统面料制造商,产品聚焦棉、麻、色织面料,面向欧洲市场,Mango、Massimo Dutti、Zara 为主要客户。现代感展示厅融合历史元素与当代设计语言,还保存着手写账本档案。

此次中国纺织服装企业家代表团的南欧之行,是跨越东西半球的产业对话与共绘全球纺织业新图景的合作之旅。未来,中国与南欧纺织产业将携手打造跨区域产业协同新范式,培育可持续发展能力,引领全球纺织服装业高质量发展。(纺织贸促会 / 供稿) 



中越两国继续加强合作，共同推动两国纺织产业在全球的价值链提升。

走进越南六大工业园区，把握关税战下的产业链重构机遇

全球纺织业面临国际贸易多元化、要素成本增加、绿色环保要求提高等挑战，中国纺织企业愈发关注全球化发展及国际化布局，越南是首选地，已有不少中国企业在此投资。

越南是世界第二大纺织品服装出口国（仅次于中国），第三大服装出口国（仅次于中国、孟加拉国），出口产品以服装为主，出口额约占总额的15%。在国际贸易壁垒不断加剧、国内外市场需求持续疲弱的态势下，越南等东南亚国家作为全球经济增长的重要引擎之一，在国际资本、关税优惠、要素成本、人口红利、投资政策、地理位置等方面吸引了越来越多的投资者关注，成为中国纺织印染企业海外投资的重要布局地。为全面了解越南纺织印染产业政策和环境，探讨产业链合作及产业投资的可行性，近日由中国印染行业协会组织的中国印染企业代表团赴越南进行国际布局调研及合作洽谈。

此次代表团由中国纺织工业联合会副会长李陵申带队，中国印染行业协会会长林琳、副会长董淑秀，来自南通东屹高新纤维科技有限公司、江苏金辰纺织有限公司、常州宏大智慧科技有限公司、海安市常安现代纺织商会等42位地方协会负责人及企业家、高管随团出访。

代表团先后到访越南广宁省海河工业园、华丽达公司、银河布厂，北江省河盛工业园，南定省BAO MINH INUSTRY PARK、HAI MINH TEXTILE、BAO MINH TEXTILE、裕纶（越南）纺织集团有限公司，西宁省成成功工业园（TTC）、LOUVRE TEXTILE，平福省明兴SIKICO工业园、台湾竣邦公司，越南新加坡工业园（VSIP）、TESSELATION，并与越南纺织服装协会（VITAS）举办座谈交流会，就行业发展现状、越南投资政策、生产要素、行业合作前景等进行沟通洽谈。

中越纺织行业优势互补加强合作

访问期间，代表团与越南纺织服装行业协会举行会谈。越南纺织服装行业协会会长武德江介绍了越南纺织服装进出口的情况：2024年越南纺织服装出口约440亿美元，2025年—6月出口额超过220亿美元，出口市场包括美国、日本、韩国、东盟、中国等132个国家和地区。目前正在加强出口至美国、俄罗斯、非洲及中东市场。2035年前，越南纺织服装行业发展的五个重要方向，一是多样化市场、客户和产品；二是大量吸收供应链投资；三是推进本地品牌发展，从ODM转向OEM；四是重视环境保护，做成绿色产业；五是推进行业自动化程度。他表示，越南与美国正在进行贸易谈判，很快将会有明确的结果，尽管当前国际市场环境复杂严峻，但预计2025年越南纺织服装行业出口仍有望达到460—470亿美元。他提到越南纺织服装业面临供应链短缺、行业自动化程度有待提升、行业管理能力亟需提升，以及产业效率需要提升、劳动力短缺等问题。他关注到本次代表团中大部分代表来自印染企业，印染行业是越南纺织服装产业链中最缺少的行业，希望中国的印染企业家到越南投资。

李陵申在座谈会上介绍到，经过多年发展，中越两国产业链的合作越来越密切。近两年，中国纺织行业处于平稳增长阶段，中国纺织行业规模以上企业约3.5万家，全行业企业总数约20万家。2024年规模以上企业销售收入约5万亿，总出口额为3182亿美元，已经连续5年超过3000亿美元。2024年中国对越南的出口额约185亿美元，从越南进口44亿美元。中国的纺织行业主要特点有以

下几个方面：一是创新驱动促使纺织行业不断进行结构调整和转型升级；二是智能制造应用场景广泛，中国拥有最先进的纺纱技术，万锭用工仅3—5人；三是绿色技术引领全行业可持续发展，尤其是以印染行业为代表的多项少水印染工艺、循环利用技术得到逐步应用；四是高技术纺织品快速发展，服装、家纺、产业用纺织品是三大终端产品，目前中国纺织工业产业结构调整的重点是产业用纺织品，产业用纤维加工总量已跃居第二位；五是品牌建设逐步加快，中国纺织工业正从“中国制造”向“中国品牌”转型，国潮崛起推动了中国品牌全球化发展；六是全球化布局稳步推进，中国纺织工业深入践行“一带一路”战略，2025年以来中国纺织工业对外投资已达3.78亿美元，近十年中国纺织工业在越南的投资超过30亿美元。中越之间优势互补，两国之间合作将会越来越密切。希望中越两国继续加强合作，共同推动两国纺织产业在全球的价值链提升。

会上，越南纺织服装行业协会副秘书长阮氏雪梅介绍了越南纺织服装产业基本情况，中国印染行业协会青年企业家分会副秘书长李鹏飞介绍了中国印染行业基本情况。中国代表团与越方产业园、银行机构的代表开展了热烈的交流。

深入越南工业园区和企业调研

代表团到访广宁省海河工业园。该园总经理吴显宏介绍了园区规模与规划。园区位于越南北部广宁省海河县，紧邻中越边境，总规划3300公顷，分多期开发，其中一期660公顷、二期1300公顷、三期1340公顷。目前已吸引27家企业，总注册资本30亿美元，员工1.4万名，定位越南首个全产业链纺织集群，覆盖纺纱、织造等，目标年产值323亿美元。园区交通便捷，距海防港160公里等；环保处理完善，工业废水日处理达4万立方米，排放标准国际合规，单价0.3—1.4USD/m³；是越南唯一提供集中蒸汽园区，2024年低压蒸汽160吨/小时，中压蒸汽逐步扩至50吨/小时；燃气月供150吨，规划达250吨。交流会后，代表团参观了银河布厂、华丽达公司、福恩公司。

在北江省河盛工业园，园区招商总监欧奎先生介绍了园区的基本情况。北江河盛印染工业园位于越南北部北江省协和县大成乡/合盛乡，园区占地面积68.97公顷（1034亩），距离河内市中心约50公里，紧邻北江省首府北江市。周边交通便利，靠近1号国道、河内—谅山高速公路，以及国际港口海防港。园区以纺织印染、服装加工及相关配套产业为主，已形成纺织印染产业集群。目前园区规划3个污水处理模块，污水处理能力达到30000吨/天，处理后的污水达到越南工业污水排放标准；废气经处理后可满足北江省工业废气排放要求。园区规划供应燃气150吨/月，中压蒸汽供应量20吨/小时，低压蒸汽供应量100吨/小时，导热油供应量20吨/小时。协和县配备500kv变电站，容量为2300MVA，是北方最大的变电站，为首都和北方重点工业省份供电。

代表团调研南定省黎明工业园时，总经理阮文检介绍了园区情况，中国印染行业协会会长林琳就园区基础设施、成本要素、服务等与园方深入交流。



宝明工业园位于越南北部南定省，地处贯穿6省市的经济轴线上，距海防港约50公里、距河内约140公里，物流成熟。一区占地165.5公顷，2010年运营，已全租满，聚集多家大型纺织印染企业；扩大区50公顷，为重点招商区域，土地可直接交付；二区在太平省，2023年兴建，规划400公顷，1/3面积供纺织服装企业。座谈会之后，代表团分别参观了HAI MINH TEXTILE、BAO MINH INUSTRY PARK、BAO MINH TEXTILE、裕纶（越南）纺织集团有限公司。

在西宁省成成功工业园，园区董事长邓文成率园区高管与代表团展开座谈交流。李陵申介绍了中国纺织业情况，分析当前国际国内经济形势，指出全球纺织业面临国际贸易多元化、要素成本增加、绿色环保要求提高等挑战，中国纺织企业愈发关注全球化发展及国际化布局，越南是首选地，已有不少中国企业在此投资。他相信此次印染代表团的参观交流，能让团员对自身企业发展有更多心得与实践经验，中越加强行业交流和企业合作，将开创两国在全球价值链向高端发展的新纪元。

TTC总经理阮成章介绍园区基本情况及未来规划。邓文成称，因关税原因，中国面料生产企业面临新挑战；越南纺织服装面料多从中国进口，越南政府为补齐供应链，吸引中国优质企业入驻，制定了一系列优惠政策，工业园也在完善基础设施与服务，希望中国印染企业赴越投资。

成成功工业园区位于西宁省展鹏市，属东南部经济走廊，紧邻柬埔寨边境，交通便利，便于辐射东南亚市场及利用国际物流枢纽。园区以纺织制造、鞋业、家具等为核心，形成产业集群。园区吸引外资能力强，入驻企业主要来自中国、韩国、日本、新加坡及中国台湾地区。目前配备集中式废水处理厂及变电站，工业用地月租金约3—5.5美元/m²，部分新建多层厂房支持集约化生产，入驻企业可享受企业所得税“四免九减半”等优惠政策。

代表团与明兴Sikico工业区代表在胡志明市举办了交流座谈会。该园区商务主管裴世金英介绍了园区基本情况、一站式服务及进驻的中方企业。拟进驻的竣邦国际股份有限公司董事长高振芳介绍了全球供应链重构下的发展策略及公司在越投资的现代化染整基地情况，希望与代表团企业合作，推动区域产业提升与可持续发展。李陵申在总结时指出，国际产业链重构是大势，与国际知名服装公司合作的企业有国际化布局优势，我国印染企业在人才、技术、产品等方面优势明显，新商务模式提供更多合作机会，希望大家优势互补，碰撞出合作火花。

明兴Sikico工业区位于平福省汉管县，第一阶段总面积655公顷（工业用地475.4公顷），是平福省唯一接纳产废水废物产业的园区，已集聚纺织、制衣等多领域大型企业。园区距胡志明市89公里，交通便捷，有110/22KV变电站（总功率180MVA），计划建太阳能发电厂；供水3万m³/日，废水处理厂日处理2.5万吨（将升级），并有亲商政策。

代表团还赴平阳县越南新加坡工业园Tesselation公司参观交流，公司总经理Thuong, Huynh Hoai一行高管接待了代表团。Tesselation主要产品是衬衫，该公司占地约70000平方米，目前有员工4000人左右，每个月可以生产90000件成衣。企业负责人向代表团介绍了该公司在生产过程优化、可持续发展、技术创新、员工福利等方面的成就和举措。

越南作为全球纺织服装产业链的重要节点，其快速发展的纺织业对印染技术和材料需求旺盛。实地调研，有助于中国企业了解越南纺织服装产业政策与贸易环境，减少投资风险，同时也可以了解越南市场的具体需求，综合评估在越投资建厂或合作的可行性。中国印染企业可借此机会与越南下游服装厂形成产业链互补，开展区域一体化合作。

此次调研不仅是短期市场开拓的探路之举，更是中国印染行业全球化布局和转型升级的关键一步，对巩固行业国际竞争力、规避贸易风险及推动绿色制造转型具有重要意义。（印染协会 / 供稿） 



“纺城有家”党群服务中心的启用为所有纺城人筑牢红色港湾。

打造红色枢纽，强化双向共管

中国轻纺城以创新开创基层党建新格局

■ 本刊记者 王利

作为浙江省改革开放的“金名片”，中国轻纺城不仅是柯桥的产业之基与立城之本，更是中国纺织业参与全球竞争的战略支点。凭借强大的产业优势，这里吸引了来自全国各地的奋斗者，其中不乏优秀的共产党员。这些党员先锋们是轻纺城市场的活力源泉，也是推动区域发展的重要力量。

为庆祝中国共产党成立104周年，深入贯彻党的二十大精神、加强流动党员管理，7月4日，“纺城有家”党群服务中心启用暨柯桥—乐清流动党员协作共建共管签约仪式成功举办，致力于以“纺城有家”党群服务中心为纽带，探索柯桥与乐清流动党员协作共建、双向共管的新模式，实现两地资源共享、优势互补、发展共赢。



立足市场，筑牢温馨红色港湾

作为全球最大纺织品集散中心的红色心脏，“纺城有家”依托千年纺织和运河文脉，立足三十余载纺城产业根基，以党建引领产业变革，将红色基因转化为发展优势。

“纺城有家”党群服务中心突出服务理念和需求导向，坚持“服务市场、服务党员”工作目标，立足市场实际，将中心选址在中国轻纺城国际面料采购中心4楼，位于中国轻纺城南部传统交易区，楼下是市场经营户，楼上是轻纺城综合服务中心，更贴近市场，更贴近党员群众，是大家触手可及的红色服务枢纽。

活动开始之前，与会领导嘉宾共同参观了“纺城有家”党群服务中心。据介绍，中心占地近1800平方米，包括党建活动区、培训室、多功能室、工作洽谈区、会议室、电商直播间等8大功能区域，是集党建服务、培训服务、经营服务、共享服务、治理服务为一体的党群服务中心。“纺城有家”党群服务中心的正式启用，不仅为流动党员搭建起温馨家园，也为所有纺城人筑牢红色港湾，成为凝聚红色力量的重要平台。

下一步，“纺城有家”将坚持立足民营企业等新经济组织，携手商协会等新社会组织，聚焦电商主播、布二代、青年设计师、物流从业者等新就业群体，运用“三建模式”搭

建“红色桥梁”，通过“五有保障”强化要素支撑，利用“五有活动”凝聚发展合力，将党建力量转化为促进区域高质量发展的活力。

汇“流”成“合”，双向共管流动党员

近年来，中国轻纺城党工委聚焦流动党员“联系难、管理难、作用发挥难”三大难题，创新动态管理机制，优化精准服务体系，搭建“纺城有家”党建服务平台，推动流动党员从“流入”“留住”到“融入”的转变，真正实现“党员在哪里，党组织就建在哪里”。

据统计，目前中国轻纺城市场党委下属共有基层党组织35个，其中商会党组织20个，市场网格党组织13个（皆为流动党组织），企业党组织2个，党员1226名，流动党员996名。如何凝聚起这股强大的红色力量，对于推动中国轻纺城高质量发展尤为重要。

近年来，中国轻纺城不断夯实基层党建工作，积极探索流动党员管理、服务新模式。一方面抓实动态管理，确保“不失联”，通过地毯式摸排、点对点对接、量化式评价，使流动党员管理结构更科学、服务更便捷；另一方面创新教育载体，力求“全覆盖”，通过把“品牌”建起来、“意识”树起来，实现流动党员“底气”增起来。同时搭建服务平台，促进“有作为”，通过“亮身份、亮承诺”“有阵地、有活力”，实现汇“小流”、尚“和合”。

活动现场发布了中国轻纺城流动党员先锋“六条”：当好党的创新理论宣讲员、当好组织建设协理员、当好模范经营领航员、当好政策法规辅导员、当好市情民意调研员、当好市场管理服务员。六条准则旨在推动广大流动党员汇“流”成“合”，以“家”为依托，展现党员的担当与使命。

同期举行了柯桥—乐清流动党员协作共建共管签约仪式。柯桥区委组织部副部长朱永成和乐清市委组织部副部长徐金朴签订《流动党员协作共建共管协议书》。此次签约标志着柯桥与乐清在流动党员管理领域的深度合作迈上新台阶，必将开启两地协作共建、共谋发展的崭新篇章。

协作共建，厚植市场红色基因

流动党员作为中国轻纺城的中坚力量，肩负着连接家乡与异地的桥梁使命，以先锋姿态，在市场建设、产业发展中彰显共产党员的初心与本色。中国轻纺城乐清商会党委作为中国轻纺城市场党委领导下的一个坚强有力的流动党组织，既是推动乡村振兴的“领头雁”，也是助力轻纺城建设的“排头兵”。

乐清市委常委、组织部部长郑翔和柯桥区委常委、组织部部长潘晓东现场致辞，对两地流动党员协作共建共管提出发展建议和殷切希望；乐清商会党委书记吴建春介绍



了乐清商会和商会党委工作情况，并表示将以此次签约为契机，以更高的标准、更新的要求，把商会党建工作提升到新高度。

据了解，柯桥与乐清历史渊源颇深，乐清籍商人是最早进入市场的非绍兴籍人员，为市场发展壮大奠定了基础。中国轻纺城乐清商会从最初的十余人、数百万元资本，壮大至如今拥有5万从业者，产业拓展至纺织、印染、跨境电商等十余个领域，年产值达1000亿元，总资产超1000亿元，其10个支部现有党员492名。他们既是商会发展的核心骨干，也是未来深化两地协作、守护“纺城红色根脉”的重要纽带。

本次活动是中国轻纺城深入贯彻党的二十大精神、加强流动党员管理的重要举措，也是推动中国轻纺城高质量发展的生动实践。柯桥与乐清两地的“双向奔赴”，必将推动流动党员管理工作再上新台阶，为两地发展增添新动能。

专题党课，纵深推进作风建设

红心向党守初心，锤炼作风显担当。作为全国纺织品交易的龙头市场和柯桥经济发展的主引擎，中国轻纺城不仅是展示市场繁荣的窗口，更是彰显党员干部担当作为的舞台。如何以优良作风破解发展难题、引领转型升级，是每一位党员干部必须答好的时代命题。

中国轻纺城党工委书记、建管委副主任朱伟锋以“转作风、提能力，谱写中国轻纺城高质量发展新篇章”为主题，从“深学细悟，牢牢把握中央八项规定精神的深刻内涵”“聚焦重点，推动深入贯彻中央八项规定精神学习教育走深走实”“强化担当，以作风建设新成效赋能轻纺城市场高质量发展”“常抓不懈，构筑作风建设长效机制”四个方面讲授专题党课。

他指出，中央八项规定精神是百年作风传承的时代结晶，是新时代伟大变革的破冰之举，深入贯彻中央八项规定精神是轻纺城市场繁荣发展的根本保证，党员要自觉增强党性修养，修炼共产党人的“心学”，自觉追求健康的工作方式和生活方式，主动远离低级趣味，充分发挥先锋模范作用，着力铲除不良作风滋生的土壤。他希望，以作风建设为引领，增强市场发展的“驱动力”；以作风建设为保障，提升市场管理的“执行力”；以作风建设为纽带，凝聚市场发展的“向心力”。

他强调，作风建设不可能一蹴而就，也不可能一劳永逸，要让中央八项规定精神在轻纺城落地生根、开花结果，必须建立健全长效机制。一是完善制度体系，扎紧作风建设的“篱笆”；二是加强教育引导，筑牢作风建设的“根基”；三是营造良好风气，涵养作风建设的“生态”。TA





鲁宏纺织： 让小众麂皮绒走出可持续之路

■ 本刊记者 _ 边吉洁 / 文 王耀祖 / 摄



宋红日

凝心“小而美”，深耕“专而精”。在纺织行业这片丛林之中，绍兴市柯桥区鲁宏纺织品有限公司用二十年光阴锚定麂皮绒这一细分领域，用匠心和创新赋予小众面料持久的生命力。

在鲁宏纺织总经理宋红日的眼中，麂皮绒不是冰冷的商品，而是有温度、有灵魂的“生命体”。在鲁宏纺织的样品间，触手可及的麂皮绒面料呈现出细腻多变的质感，从复古做旧风格到现代科技感纹理，每一款产品背后都凝结着对材料、工艺和可持续性的深度思考。在别人追逐短期利益之时，这家企业却将目光投向更远的未来。

如何在坚守品质的同时实现商业可持续？从材料研发到生产工艺，从市场定位到产品塑造，这家企业正以独特的商业逻辑，为小众产品的长远发展探索一条可行之路。近日，我们走近宋红日，探寻鲁宏纺织如何在浮躁的市场中保持定力，以及他们眼中麂皮绒产业的未来图景。

如何在坚守品质的同时实现商业可持续？从材料研发到生产工艺，从市场定位到产品塑造，这家企业正以独特的商业逻辑，为小众产品的长远发展探索一条可行之路。近日，我们走近宋红日，探寻鲁宏纺织如何在浮躁的市场中保持定力，以及他们眼中麂皮绒产业的未来图景。

用匠心筑牢“品质护城河”

如何构筑企业的“护城河”？“答案很简单——踏踏实实做好产品，品质永远是第一位。”宋红日笃定地说。在低价竞争与营销噱头盛行的市场环境中，鲁宏纺织选择了一条更艰难却更可持续的路——以极致品质塑造核心竞争力。客户的需求，在这里总能得到精准响应与交付。

随着麂皮绒应用场景从服装拓展至家居、汽车内饰、电子配件等领域，部分企业开始降低原料标准、简化工艺以压缩成本。但宋红日深知，真正的“护城河”来自对每一道工序的敬畏。从预定型、开纤、磨毛到染色，麂皮绒需历经十三四道精密工序，任何细微偏差都会影响最终品质，为此，鲁宏纺织自创立之初便构建了全流程稳定、高质的供应链体系，二十年如一日地确保着每一米麂皮绒都经得起检验。

“麂皮绒正经历着‘劣币驱逐良币’的行业阵痛。”宋红日一针见血地指出当前困境。创新乏力导致同质化，同质化引发价格战，价格战吞噬利润空间，利润微薄又进一步扼杀创新——如此恶性循环，最终会导致消费者对品类的信任度受损。“这种认知损伤往往需要数倍时间来修复。”宋红日强调，“坚守品质底线，不仅是为了企业生存，更是为了行业未来。”在鲁宏纺织看来，每一次质量妥协都是在透支行业的未来。

当不少企业都在追逐短期利益时，鲁宏纺织却坚定地选择成为长期主义者。这种坚定的选择背后，也是鲁宏纺织团队对品质的极致共识。从原材料的甄选，到织造环节的把控，再到后整理染整的

严格操作，直至服务客户群体的每一个细节，团队始终保持着高度同频的节奏。正是这种刻进基因的质量信仰，让鲁宏纺织在麂皮绒领域既守住了壁垒，更拓宽了疆域。

在慢进化中激活生命力

在快时尚主导的纺织行业，麂皮绒以其独特的质感与功能性，演绎着“慢经典”与“微创新”的平衡艺术。宋红日指出：“经典的属性赋予麂皮绒稳定的市场基础，而渐进式创新则为其注入持久生命力。”

从梭织到针织，从单面到双面，麂皮绒的进化并非颠覆式革命，而是持续的精进。在鲁宏纺织的展厅里，有一本独家的麂皮绒产品大全样本。这是企业二十年沉淀的缩影——每年新品研发，经典款持续升级，色系不断丰富，使其成为客户专业的“麂皮绒百科全书”。客户只需比对本样本，便能精准找到契合自身需求的产品。

全工艺保障、全品类覆盖、全色系可选的三大优势，让鲁宏纺织成为行业“问题解决者”——市场上稀缺的高克重和精质产品，在鲁宏纺织这里是常规选项。“比价的客户很多，但最终选择我们的更多。”宋红日坦言。

随着应用场景的持续延伸，麂皮绒的应用范围已从传统的春、秋、冬三季外套拓展至夏日吊带裙装，成功突破了季节限制。同时，其应用领域也从传统服饰领域延伸至家居、汽车内饰等多个行业。鲁宏纺织及时捕捉市场与客户的动态需求，不断推陈出新，开发出契合各类应用场景的优质产品。

谈及目前的产品研发，宋红日分享道：“早些年，朋友工厂双面提花机织的面料让我灵光一闪，此工艺在海岛丝领域罕见，我便琢磨能否将其移植到麂皮绒产品上。于是我们打破常规，尝试双纱线工艺，与圆机厂合作试织后，成功开发出千鸟格新品。但当时市场未做好接纳准备。如今市场环境已变，消费者的审美与需求不断升级，对新颖、独特产品的接受度也越来越高。我们会将提花产品改进后再次推向市场。”

在细分赛道做深做透，小众也能成为主流。未来，鲁宏纺织将继续深耕麂皮绒领域，让这一小众面料走向更广阔的世界。而对于宋红日来说，这条路没有终点，只有不断精进的过程。TA



鲁宏纺织用匠心和创新赋予麂皮绒这一细分品类持久的生命力。

Focus / 聚焦

强化“好面料、柯桥造”行业认知

2025“柯桥优选”项目申报动员会举行

■ 本刊记者 _ 王利

近日，2025 柯桥优选动员会（商会专场）在绍兴市柯桥区创意大厦举办。会议全方位讲解了“柯桥优选”项目的申报流程、评审方式、推广服务，确保柯桥各商会能够准确理解和充分掌握项目信息，广泛引导柯桥优秀企业参与申报，形成“共铸品牌、共创价值”的良好氛围。

来自中国轻纺城安徽商会、中国轻纺城福建商会、柯桥区纺织绣花商会等 26 家商会的近 80 位代表参与了本次动员会，并围绕申报机制、评选标准等内容进行了针对性的提问交流。此次深度互动为“柯桥优选”项目的高效推广奠定了良好基础，将助力柯桥企业更好地对接政策、共享资源，共同推动“柯桥优选”品牌迈向新高度。

据了解，柯桥优选产品评选工作以服装服饰面料为评选主体，将围绕时尚创意、科技创新、生态环保三大属性开展评选和推广工作。凡在浙江省绍兴市柯桥区内注册，符合申报条件的面料研发、生产和贸易型企业事业单位均可自愿申报。本次动员会通过专业解读申报及评审流程，引导各商会在明晰细则的基础上，广泛发动柯桥优秀面料企业申报产品，集聚先锋时尚创意、发挥创新驱动效应，不断提升柯桥品牌的核心竞争力。

2025 年度“柯桥优选”将通过产品数字 ID、线上展厅、电子手册、产品吊牌、展会及对接会等方式推广精品面料。据悉，获选产品将在



各方合力推动“柯桥优选”品牌迈向新高度。

上海举办的中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会、中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会，以及日本东京国际功能性纺织服装展览会（Texfuture Tokyo）、法国巴黎 PV 展（Première Vision）、德国慕尼黑功能性面料展览会（PERFORMANCE DAYS）等多场展览会上展示，促进“柯桥优选”产品的商业价值转化。

近年来，柯桥全力塑造具有国际影响力的“柯桥优选”品牌体系，为打造现代化“国际纺都”注入了强劲动能。今年，“柯桥优选”重磅升级，从多个维度为柯桥企业打通发展路径，创造商业机遇，进一步强化了“好面料、柯桥造”的行业认知。

“经营大讲堂”精准赋能， 破解线上展示痛点

在数字化浪潮席卷全球贸易的今天，产品展示已从线下展厅延伸至广阔的网络空间。一张能精准传递面料色彩、纹理与质感的“好照片”，往往成为吸引客商、促成交易的关键“敲门砖”。为帮助商户掌握这项数字化营销的必备技能，近日，中国轻纺城坯布市场“经营大讲堂”系列活动之一的面料拍摄教学正式开课，活动汇聚中国轻纺城各大市场的经营户前来参加，现场座无虚席，学习热情高涨。

据了解，本次“经营大讲堂”围绕拍摄基础知识、设备选择和场景搭建、拍摄技巧等方面展开，结合实际案例向经营户们传授了面料拍摄的专业知识。讲师特别针对商户实操中常见的画面失真、偏色等痛点问题，详细剖析了成因，并指导商户如何通过精准调整设备和参数来捕捉面料最真实的色彩与质感，显著提升了课程的实用性和互动性。值得一提的是，参与课堂的众多商户已开始在抖音等社交媒体平台上发布各类实景视频，并逐步积累起相应的粉丝群体，他们对提升拍摄效果怀有迫切的需求。

讲堂的成效直接体现在学员的积极反馈上。活动现场，不少商户带着拍摄设备前来，通过讲师“手把手”的针对性指导和问题解答，他们表示学到不少窍门，受益匪浅，并计划在接下来的视频创作中立即应用所学方法，以期呈现更专业、更具吸引力的面料展示效果。

自 2024 年 5 月启动以来，中国轻纺城坯布市场精心打造的“经营大讲堂”已成为赋能商户常态化学习的优质课堂。该讲堂精准洞察商户需求，开设涵盖知识产权、消防安全、纺织基础知识等多元化主题的课程，并力邀行业专家深入解析经营痛点，持续为商户提供精准赋能。（王耀祖）

中国轻纺城北联市场 成品窗帘展贸区即将开业

中国轻纺城北联市场成品窗帘展贸区即将投入运营，目前区域装修已进入收尾阶段。作为中国轻纺城的重要组成部分，北联市场此次倾力打造的专业化成品窗帘展贸区，标志着市场业态从传统面料交易向成品化、场景化、品牌化方向的重要升级。

北联市场成品窗帘展贸区最大亮点在于其“全天候经营模式”，展贸区正式运营后，将实行 24 小时弹性营业，集成品展示、线上交易、电商直播、国际贸易及展会活动等多功能于一体。此举将显著提升中国轻纺城在窗帘窗纱领域的综合服务能力，更高效满足产业链各环节及终端消费者的多元化需求，从而提高在全国专业市场中的竞争力和影响力。

据了解，成品窗帘展贸区项目在今年 3 月成功实现市场三楼首批 107 间商铺的满额入驻。目前，来自海宁、余杭等地的 39 家成品窗帘行业标杆企业已基本完成装修工程，只有少数商户正进行门头安装与室内软装等收尾工作。这一高效高质的招商与建设进度，不仅标志着项目即将从蓝图变为现实，更预示着北联市场成品窗帘展贸区作为产业聚集新高地，即将以崭新姿态迎接全球客商。

北联市场成品窗帘展贸区的打造，是北联市场在稳固大型企业客户销售网络基础上，积极开辟中小商户和终端消费者市场的重要战略举措。该展贸区将通过汇聚优质品牌、展示前沿创新成果、优化消费体验等方式，有力推动柯桥区域品牌的塑造与升级。这也将吸引更多产业资源聚集，激发市场活力，有效提升柯桥区域的产业竞争力和整体经济活力。（唐小狄）

2025 全球运动服饰行业：金字塔结构下的“梯队战”升级

■ 本刊记者 _ 董笑妍

2025 上半年，全球运动服饰行业处于承压放缓的回暖态势，同时竞争格局经历深刻变革。从营收规模维度审视，行业呈现三级金字塔结构，而各梯队之间的混战也呈现愈演愈烈之势。这场变革背后，是消费需求升级、技术壁垒重构与全球化竞争的深度碰撞。



“塔尖”：技术筑墙与生态重构的双重博弈

耐克、阿迪达斯、安踏三家作为年营收规模“千亿级俱乐部”成员，稳坐全球运动服饰行业第一梯队，但各自的发展境遇大不相同。

耐克业绩依旧震荡，在 6 月 27 日公布的 2025 财年第四季度及全年财报中显示，公司虽然还暂未重返增长轨道，但在多个关键战略方向上释放出积极信号：2025 财年营收 463 亿美元，中国市场营收 65.85 亿美元。尽管全球 Q3（2025 财年第三季度）营收同比下滑 9%，但库存总额减少 2% 至 75 亿美元，显示去库存压力缓解。技术投入成为其核心护城河——为基普耶贡“破四计划”研发的 Fly Suit 竞速套装，通过 3D 打印 Aeronodes 导流技术降低空气阻力；Victory Elite FK 竞速鞋优化碳板结构后，提升前掌灵活性，直接推动 Vomero 18 系列 90 天内销售额破亿美元。

阿迪达斯则以“本土化 + 复古潮流”实现逆势增长：Q1 营收 61.53 亿欧元，同比增长 13%，营业利润 6.1 亿欧元，同比增长 82%，大中华区连续八季度双位数增长。其成功密码在于三重策略：产品端，ADIZERO 0 系列在箱根驿传、香港马拉松上脚率第一，并包揽上海半马领奖台；设计端，上海创意中心推出的清华联名系列上线秒罄，强化“中国原创”标签；营销端，通过“贝壳头街区”“三叶草女孩”限时空间等潮流活动，将运动基因与年轻文化深度绑定。

安踏稳扎稳打，上一财年，其总营收、归属股东净利润同比分别增长 13.6% 和 52.4%，达到 708.26 亿元和 155.96 亿元。若算上旗下亚玛芬体育，安踏总营收首次突破千亿大关，达到 1080.86 亿元。其千亿营收背后，是多品牌矩阵的“接力式增长”：主品牌安踏通过 PG7 跑鞋夯实大众市场，FILA 虽营收增速回落，但依旧以高端时尚定位贡献稳定利润，迪桑特、可隆等品牌收入合计突破 106.78 亿元，同比增长 53.7%，聚焦高端滑雪、高尔夫场景。更值得关注的是其全球化布局——东南亚市场门店达 240 家，新加坡 DESCENTE 门店客单价达国内 1.8 倍，未来计划通过“品牌 + 零售”战略复制中国市场经验。

“塔腰”：高端化陷阱与数字化转型的生死时速

第二梯队在营收规模上虽略逊于第一梯队，却也底蕴深厚、根基稳固。然而当下，这一梯队内部正上演着一场激烈的分化“大戏”。斯凯奇以“舒适科技”开辟差异化赛道：Q1 销售额 24.1 亿美元，同比增长 7.1%，欧洲市场增 14.4% 至 7.18 亿美元。其核心武器是 SLIP-INS 闪穿科技——通过 45°仿生鱼鳞后跟设计与自适应弹性鞋口，实现“3 秒穿脱”。尽管亚太区销售额下滑，但计划通过宽楦跑鞋等本土化产品与抖音直播挖掘增长潜力。这种“技术 + 细分场景”的策略，使其在红海市场中找到蓝海。

亚瑟士的财报数据体现矛盾：Q1 净销售额 2083 亿日元，同比增长 19.7%；经营利润 445 亿日元，同比增长 31.6%；大中华区增长 21.5%，但马拉松市场份额（10%-15%）远低于耐克的 34.9%，在中国马拉松市场占有率也远低于“国民之选”特步的 32.1%。其高端化战略更陷入“质量争议”——天猫旗舰店热销款跑鞋网面易破投诉频发，社交平台“亚瑟士鞋面易破”话题阅读量较大。这种“技术积累不足却强行提价”的策略，正在动摇其专业形象。

李宁的困境则源于渠道优化与研发短板的失衡：2024 年营收 286.76 亿元，同比增长 3.9%；归属于上市公司股东的净利润为 30.13 亿元，同比减少 5.5%；直营门店减少 201 家，直营渠道收入占比下降 2 个百分点。尽管电商渠道占比进一步加大，毛利率有所改善，但研发投入仅 6.76 亿元（占比 2.36%），低于 361 度的 3.4%、特步的 2.9%。PG7 跑鞋虽热销，但高端市场竞争力仍弱于国际品牌。

彪马与安德玛的转型阵痛具代表性：彪马 Q1 销售额仅微增 0.1% 至 20.7 亿欧元，息税前利润大跌 63.7% 至 5770 万欧元，净利润更是仅剩 50 万欧元，距离由盈转亏仅一步之遥。安德玛上一季度营收同比下降 11% 至 12 亿美元，整个财年净亏损 2.01 亿美元。两者的共同困境在于：传统优势市场饱和，新兴市场开拓成本高企，而技术积累与品牌认知又不足以支撑高端转型。迪卡依的高端化迷局更具警示意义：2024 年净销售额 162 亿欧元，同比增长 3.8%，但净利润同比降 15.5% 至 7.87 亿欧元。其转型策略包括重组产品线为 9 大运动品类及 4 个高端品牌（如 VAN RYSEL 公路自行车），但骑行品类线上营销效果欠佳，相关作品未进相关商业内容运动品牌表现排行榜前 9。此外，部分产品涨价超 50%，可能导致核心客群流失，这种“性价比基因与高端化冲动”的冲突，易使其陷入左右为难的境地。

新势力：垂直创新，以调性拓市场

第三梯队主体构成以新贵为主，如昂跑、HOKA 等品牌在过往数年中凭借精准的市场定位与创新的产品策略，实现了快速发展。当下，这些品牌已步入扩张市场份额、进行战略转型的关键发展周期。

HOKA 的爆发印证了“高性能 + 个性化”的市场需求：母公司 Deckers Brands Q3 销售额 18.3 亿美元，同比增长 17%，HOKA 品牌增长 23.7% 至 5.309 亿美元。其成功在于三重聚焦：产品端，竞速跑鞋覆盖精英运动员与大众跑者，箱根驿传、香港马拉松上脚率领先；渠道端，全球门店增至 2000 家，DTC 渠道占比提升至 45%；跨界端，与梅赛德斯-AMG 车队合作拓展影响力。然而，净利润增速（8%）低于营收增速（23.7%），暴露规模扩张带来的成本压力。

昂跑则陷入“高增长低利润”的怪圈：Q1 销售额 7.266 亿瑞士法郎，同比增长 43%，但净利润同比降 38% 至 5670 万瑞士法郎，净利率仅 7.8%。其应对策略是提价——7 月起美国市场提价，2026 年或推广至全球。尽管亚太市场增 130.1% 至 1.206 亿瑞士法郎，服装业务增 93.1% 至 3810 万瑞士法郎，但需警惕“提价稀释品牌调性”的风险。[TA](#)

海阳科技，凭什么受追捧？

■ 本刊记者 _ 郝杰

时值年中，上市公司将陆续发布半年业绩报告。截至 6 月 22 日，已有部分公司率先披露半年度业绩预告，多数预计保持增长，其中海阳科技（海阳科技股份有限公司）引人注目。

海阳科技公告称，预计 2025 年 1—6 月归属于上市公司股东的净利润盈利：7600 万元至 8600 万元，最高比去年同期增长 10.83%。当前在经济普遍下行压力下，海阳科技这一业绩预期让市场对公司的发展刮目相看。

就在不久前的 6 月 12 日，泰州市海阳科技股份有限公司在上海证券交易所主板正式挂牌上市，开启资本新征程。上市首日，海阳科技盘中一度上涨超 500%，最终单日上涨幅度为 386.7%，受到了市场的热捧。

作为国内尼龙 6 产业链完整度领先的企业，其上市不仅刷新了资本市场对传统化纤行业的认知，更以 55.42 亿元的年营收规模，展现出新材料赛道的隐形冠军实力。

拓展产品应用，成为国内尼龙 6 主要生产商

尼龙纤维是主要化纤品种之一，尼龙 6 又是应用最为广泛的尼龙材料。随着应用范围的扩大，近年来，尼龙 6 在机械、电气、航空航天、交通运输、化学工程等领域不断拓展新边界，可以说在新材料领域占有一席之地。

作为一家尼龙 6 系列产品的头部企业，海阳科技显然符合国家政策支持的企业。海阳科技股份有限公司董事长陆信才在公司上市时介绍，公司具备突出的技术研发和产业化能力，重视新产品开发和生产过程的优化，各项主要产品市场地位均处于行业前列。公司大力推进高质量发展，坚持走以尼龙 6 新材料和轮胎纤维骨架材料为主线的相关多元

福恩股份上市申请被受理

■ 本刊记者 _ 郝杰

日前，杭州福恩股份有限公司深市主板 IPO 获受理。福恩股份是一家以可持续发展为核心的全球生态环保面料供应商，以生态环保面料的研发、生产和销售作为主营业务。现已成为集面料设计、研发、纺纱、织造、印染、后整和销售于一体的大型企业。

招股书提到，公司与 H&M、优衣库等服装品牌商合作关系较为深厚，且在其供应链中具有重要地位。

招股书显示，公司本次募集资金将投入再生环保毛型色纺面料一体化项目、高档环保再生材料研究院及绿色智造项目，拟分别投入募集资金 8.00 亿元、4.50 亿元，合计募资 12.50 亿元。

再生环保毛型色纺面料一体化项目建设期为两年，达产后将形成 7500 万米/年色纺面料、500 万米/年素色面料以及 7200 吨色纺纱产能。项目顺应市场对绿色再生及功能性面料需求攀升的趋势，依托再生纤维、原液着色等技术突破，进一步深化环保工艺在纺织服装领域的应用。

高档环保再生材料研究院及绿色智造项目建设期为 3 年，建设完成后形成 3000 吨/年高档再生环保针织面料产能。通过本项目的实施，公司将建设纺织纤维实验室、先进纺织实验室、数码印花实验室、面料检测中心、智能服装实验室等实验室和试样车间，大幅提高公司在色母粒子制备、再生纤维材料开发、AI 大数据面料模型、面料理化性能检查等方面的能力，最终形成围绕再生面料的“1 个核心研发平台 +N 个细分领域实验室”的研发格局，以应对像优衣库、H&M、

化产品道路，努力实现基业长青、行业领跑的美好愿景。

截至 2024 年，公司尼龙 6 切片国内产量市场占有率为 5.49%，尼龙帘子布国内市占率为 15.71%，涤纶帘子布国内市占率为 6.14%，三项核心产品均跻身行业第一梯队。据公司披露，海阳科技已进入巴斯夫、晓星集团、金发科技、华鼎股份等国内外知名大型化工、化纤、轮胎企业供应链体系，成为国内尼龙 6 系列产品主要生产商之一。

坚持科技创新，实现染色革命

海阳科技始终坚持以人为本，以创新为发展动力，把技术创新摆在首要位置。目前，公司在聚合、纺丝、捻线、织造、浸胶等各环节均形成了具有自主知识产权的核心技术，拥有 28 项发明专利。

“高品质有色原位聚合聚酰胺 6 切片和纤维产业化关键技术及成套装备”项目曾经获得“纺织之光”中国纺联科技进步奖一等奖，这一项目的突破，实现了不染色又颜色鲜艳五彩缤纷，既满足消费需求又绿色低碳，对纺织印染行业低碳转型、绿色发展意义极大。这项成果正在逐步替代染色法和色母粒法，应用前景巨大。目前公司已经实现大规模稳定生产，产品已经供应数十家锦纶化纤生产企业。

据海阳科技称，在资本市场募集资金将重点投向“年产 10 万吨改性高分子新材料项目（一期）”及“高模低缩涤纶帘子布智能化技改项目”，项目投建后将进一步巩固其行业领先地位，助力国家新材料战略发展。

海阳科技也在公告中表示，未来公司坚持以尼龙 6 新材料为主线的相关多元化发展道路，确立“实现中国锦纶行业领跑者”愿景，贯彻品牌化、差异化、规模化、精细化、两化融合和人才集聚六大发展战略，努力将海阳科技建设成为全球尼龙 6 产品优秀供应商。[TA](#)



医疗健康是纺织产业结构调整的重要方向。

守护生命健康、生活健康， 医疗纺织材料大有可为！

■ 本刊记者 _ 李亚静

当前，科技、时尚、绿色、健康正成为中国纺织的新定位、新质态，产业的健康属性从基础防护向生命健康、职业健康和生
活健康拓展。医疗健康纺织材料是纺织工业新质生产力重点培育方向，也是行业结构调整和产业升级重要着力点。

7月3—5日，以“创新医用材料，织造健康未来”为主题的第二届中国医疗与健康用纺织材料产业大会暨 2025 国际纺织生物医用材料大会在江苏南通举行。大会由中外院士领衔，聚焦医疗与健康用纺织材料科技前沿、技术创新、成果转化、监管科学及注册法规等，共同探讨和分享当前医用纺织材料领域的最新进展。本次会议由中国纺织工业联合会指导，中国产业用纺织品行业协会、东华大学和南通大学共同主办。

来自行业协会、海内外高校和研究机构的知名专家、青年学者和医疗机构的临床医生，长期深耕行业的企业家代表等共计 360 余人相约南通、共谋发展。大会开幕式由中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅主持。

高端视点 共推医疗健康纺织事业高质量发展

中国工程院院士、东华大学教授俞建勇指出，面对全球人口老龄化、慢性病高发等严峻挑战，医用纺织材料需突破技术壁垒、转化鸿沟、监管适配三大瓶颈。与此同时，人工智能、智能生产设备等前沿技术将为医疗与健康用纺织材料的研发提供强大助力，推动医工协同创新发展。对此，他提出医用纺织材料探索的三大方向：一是前沿突破，二是临床转化，三是融合发展。

中国纺织工业联合会副会长李陵申致辞表示，医疗健康是纺织科技创新的热点领域，是纺织的未来产业，更是纺织产业结构调整的重要方向。为切实解决医疗与健康纺织品行业的深层次矛盾和问题，他提出如下建议：一是加强行业基础能力建设，夯实产业根基；二是加强医工交叉协同创新，推动融合发展；三是推动政策市场双轮驱动，加快先进成果应用。

南通大学校长王建浦表示，南通大学将融入国家战略、服务地方经济社会发展作为重要使命，集中优势资源，持续推动医学与纺织学科的交叉融合和协同创新。2023 年南通大学还通过与海安市人民政府联合建立产学研协同创新平台，力图进一步推动创新链、产业链、资金链、人才链的融合发展。

主旨报告 加速纺织纤维在医疗领域的产业化进程

中国工程院院士、武汉纺织大学党委书记徐卫林作“纺织技术在生物医疗领域的应用”主题分享，结合其团队的代表性成果，介绍了织物增强人工血管、体内血管再生支架、神经再生支架的关键技术、医学原理及面临的问题，并分享了导电水凝胶填充式神经导管、压电支架促进脊髓神经损伤修复、腹膜前间隙疝修复用经编织物补片关键技术与应用等相关项目的技术特点和研发进展。

韩国工程院院士、浦项科技大学教授 Hyung Joon Cha 围绕“创新性黏附蛋白生物材料基纳米纤维及其生物医疗应用”主题分享到，他们成功利用细菌表达系统生产了重新设计的贻贝粘附蛋白，这种原生生物工程贻贝粘附蛋白展现出显著的粘附能力和生物相容性。他还介绍了团队在开发和评估贻贝粘附蛋白基纳米纤维在各类生物医学领域应用方面所做的努力。

法国上阿尔萨斯大学教授 HEIM Frédéric Joseph 作“心血管病治疗用纺织材料：挑战与机遇”主题分享，探讨了纺织材料在心血管等领域的潜力，包括在人工血管、心脏瓣膜、支架等的应用。结合研究与实验数据，

他解读了纤维材料在折叠性、耐疲劳性及与生物组织相互作用方面的应用情况及存在问题，以及混合纤维材料的多种可能性。

南通大学党委书记杨宇民作“仿生神经移植物的构建及机制研究”主题分享，介绍了该项目的研究背景、临床问题、关键技术等，分析了仿生神经再生微环境支架等的材料特性、应用及其在神经再生中的作用机制等。

加拿大拉瓦尔大学教授张泽作“回顾医用植入物尚未被战胜的挑战”主题分享。张泽分析了当前骨科植入物、乳房植入物、疝气补片、心血管植入物、韧带植入物、神经植入物等在实际应用中面临的挑战性难题，包括移位、纤维化、老化、粘结等。

中国科学院上海硅酸盐研究所研究员常江围绕“电纺丝生物活性复合材料及其生物医学应用”主题分享到，随着纳米技术和生物医学研究的快速发展，电纺丝技术近年来越来越受到关注。人们发现材料的结构与组成很大程度上决定了材料的生物活性，而具有微纳米纤维结构和活性组成的生物材料在再生医学领域有巨大应用前景。常江重点介绍了电纺丝生物活性复合材料的制备及其生物医学应用进展。

“植介入生物医用材料和器械是现代医学的最重要工具。我们的愿景是：通过涂层系统解决方案实现植介入医疗器械的功能组合和迭代升级！”浙江大学教授计剑作“数据驱动的植入医用材料与器械”主题分享，分析了植介入医用材料和器械的重大需求、发展趋势、创新路径、创新图层关键技术等，解读了“浙大涂”“浙大孔”“浙大粘”等战略的技术特点。

东华大学教授王璐作“现代医用纺织材料与技术赋能柔性医疗器械研究与开发”主题分享，解读了微环境响应型纺织修复再生器械研究、纺织Ⅲ类医疗器械的产业化实践、纺织基医疗器械产业化的若干思考三方面内容，重点介绍了力环境、电环境及生化环境响应型再生材料的研究策略和创新方法，以及机织在心血管系医疗器械产业化中的应用、编织在运动医学医疗器械产业化中的应用、针织在普外软组织修复补片产业化中的应用。她提到，科研院所与行业企业应做到控成本、提效率、高质量。

上海理工大学教授宋成利作“Biodesign——医疗科技创新流程与实践”主题分享。他从机械视角，阐述实现医疗用纺织品产业化的方法，并详细讲解了 Biodesign 简史、三发理论、创新流程、创新团队、人才培养流程，以及医工交叉科技创新的流程。同时分享了其在上海理工大学的教学和科研探索，以及在张江创建 Biodesign 医创营的实践经历。

纺织与健康密切相关！青岛大学教授房宽峻作“‘衣’疗健康与健康纺织产品开发应用”主题分享。基于现代医学关于健康的定义，他探讨了“衣”疗健康的概念和涉及的纺织品范畴。根据多年来的研究开发经验，从健康纤维材料和健康纺织产品两个方面，重点介绍了应用于健康纺织产品的新型纤维及纺织产品研发、生产制造及应用情况，分析了未来健康纺织产品的发展趋势。

7月5日，大会举办了六场平行会议，涵盖医用纺织品创新转化、生物医用再生修复材料、健康老年纺织品、可植入器械、医疗防护、创面修复等热点议题。来自产学研医各领域的 70 余位专家展开精彩对话，深入探讨了各领域的前沿技术与发展趋势。会议同期还特设了创新产品展示区和墙报展示区。TA



医用纺织材料创新既要着眼高端应用，又要解决更易落地的医疗课题。

中产协医疗与健康分会一届四次理事会：

推动医用纺织材料的 国产化进程

■ 本刊记者 _ 李亚静 通讯员 _ 徐瑶 / 文

7月3日，中国产业用纺织品行业协会医疗与健康分会一届四次理事会在南通召开。中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅、副会长季建兵以及分会理事代表出席会议。中产协医疗与健康分会秘书长、青岛大学教授房宽峻主持会议。

李桂梅致辞表示，一年来，分会积极推动我国生物医用纤维制品领域的优质资源整合、关键技术突破、创新成果交流和医工结合转化等工作。在分会和骨干单位的支持下，顺利完成结题了“生物医用纤维制品及其产业发展战略研究”项目，围绕人造血管、手术缝合线等开展了专题调查研究，为两会代表委员的提案议案提供了很好的意见建议。这些工作深度剖析了发展我国生物医用纤维产业的重大政策、技术、市场等问题，对于发展生物医用纺织品领域的新质生产力具有重要意义。未来，分会将聚焦创新，突破技术瓶颈；完善产业机制，加强融合发展；重视标准制定，引领行业规范，同时分会也要不断加强自身组织建设，充分发挥各自优势，形成合力，共同推动产业进步。

愉悦家纺有限公司副董事长张国清代表中产协医疗与健康分会会长、愉悦集团党委书记、董事长刘曰兴作中产协医疗与健康分会一届四次理事会工作报告。当前，医疗与健康用纺织品市场规模持续扩大，产业链逐步完善，技术创新驱动行业产业升级。一年来，分会各项工作都取得了新成效、新成绩，行业影响力与服务体系持续优化，产学研合作与技术创新成果丰硕，标准化建设逐步提升。未来分会将以“创新驱动、标准引领”为主线，重点推进以下工作：构建标准化体系、深化市场合作与拓展、优化会员服务。

随后，中产协科技发展部副主任李冠志作“生物医用纤维制品及其产业发展战略研究”课题情况通报。

会上还进行了医疗与健康纺织材料“十五五”发展方向和任务研讨，与会代表围绕形势与环境、技术与产品、政策与市场等方面进行了深入交流。大家认为，从源头上解决医疗与健康用纺织材料的国产化，虽然难度较大但很有必要。他们期望“十五五”期间国家能出台更细化的政策，推动医疗与健康用纺织材料的国产化进程。同时指出，纺织材料创新既要着眼高端应用，攻克卡脖子工程，又应聚焦基础研发，解决更易落地的医疗课题。此外，国产化项目在立项阶段，应充分考虑终端需求，关注产品与医保目录的匹配度及应用前景等。他们还表示，科研院所与行业企业应做到控成本、保质量、保工艺，构建“政—医—产—学—研—监”一体化发展模式和协同创新体系，共同推动产业向更高层次发展，为健康中国建设注入新动能。TA

纺织“3+1”给纤维产业带来新机会

2025 纺织高训班走进上海

■ 宁翠娟 / 文

近日，2025 全国纺织复合人才培养工程高级培训班第四次课程在上海举行。高训班通过课程与参访，让学员深入了解了纺织行业的前沿趋势与实践成果。这些收获将助力从业者把握机遇，推动行业更好发展。

探知行业趋势与技术前沿

当前，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。高性能纤维、智能纺织品、绿色环保材料等领域的研究和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。中国工程院院士、东华大学教授俞建勇寄语纺织高训班学员：“我们有悠久的历史文化底蕴，有完整的产业链基础，更有新兴科技带来的无限可能。希望大家携手共进，以坚定的信念、创新的精神和不懈的努力，紧紧抓住发展机遇，以科技、绿色、时尚、健康为方向，共筑纺织行业新的辉煌。”

中国纺织工业联合会副会长端小平作《纤维产业的机会——纺织行业的“3+1”》讲座，从“科技、时尚、绿色 + 健康”出发，深入剖析了纺织产业的发展机遇。对于纺织行业未来的增长机会，他指出：“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。”

东华大学材料学院教授、上海电机学院副院长王宏志在《纤维发展的新方向：智能纤维》课程中指出，纺织业受益于科技革命，技术进步提升纤维功能，AI 与纺织业结合使纤维成为具感知、计算、响应能力的智能材料。他介绍了增强触觉超皮肤、有机凝胶纤维传感器等多项研究成果，认为智能纤维与织物在材料体系（多功能等）、器件结构（简单高效等）、系统集成（融合多系统）上有大发展空间。他表示，“万物智联”成趋势，交互式智能可穿戴设备是重要一环，“智能服装，未来已来。”

上海纺科院江版纺织技术服务有限公司副总经理李红杰在《标准与化纤标准化》课程中，介绍了标准的定义、特性、存在形式，标准化的定义、作用、新型体系及制修订程序。她认为，我国化纤标准技术参数与国外基本一致甚至更先进，但新产品涌现使现有纤维表征方法不足，对方法标准制定及检测手段覆盖面提出更高要求。此外，她还介绍了化纤国际化的各国差异、中国相关活动及国际标准制修订过程。

上海纺织集团检测标准有限公司技术总监丁若堃在《功能性纺织品的实现原理和检测方法》课程中，将纺织品功能性分为舒适型（含透气、透湿等）、防护型（含防水、防紫外线等）、易护理型（含抗皱等）、卫生健康型（含抗菌等）、环保型（含循环利用等）。他还介绍了这些功能的定义、测试标准、原理及方法，如接触瞬间凉感 Q-Max 测试及相关评价标准。

东方国际集团上海环境科技有限公司双碳事业部副经理朱健在《碳管理与 ESG 实践助力企业绿色转型》课程中指出，我国“双碳”目标实施路径具“自上而下、系统部署、多级联动”特点，政策体系呈协同演进格局。他认为企业应将 ESG 融入业务与运营，建指标体系、提治理能力等。碳管理方面，碳排放盘查是基础，产品碳足迹核算是关键，国家正加快建设碳足迹管理体系，2027 年初步建立，2030 年更完善。



行业企业将以科技、时尚、绿色、健康为方向，共筑新的辉煌。

洞见产业发展成果

先进纤维材料国家重点实验室是我国纤维和纺织材料领域首个国家重点实验室，聚焦高性能纤维与复合材料等三个研究方向。学员参观了东华大学材料学院成果展示室，了解其在高性能纤维、功能纤维等多领域创新成果及应用潜力，还参观了染整实验室，了解学院在绿色化工、光功能材料的开发和性能调控等领域的研究进展与未来攻关方向。此外，东华大学 YP 色彩研究中心副主任介绍了 YP 色彩空间及智能加色系统应用。

上海嘉麟杰纺织品有限公司专注于中高端运动休闲面料及服装的研发设计、生产制造、营销服务于一体的产业链集成，主营产品包括起绒类面料、纬编羊毛面料和运动功能性面料等。在嘉麟杰副总工程师王俊丽的带领下，学员们参观了智能制造一体化生产车间，包括数智化协同平台、智能吊挂系统、自动仓储分拣等。

据介绍，通过结合仓储管理系统（WMS）与智能物流装备 AGV，嘉麟杰成功构建了成衣的自动分拣、仓储及出物流体系。这一体系充分利用了高度智能化和自动化的物流中心，配备了全自动流水线和进口机器人，使得从产品进仓到发货的全流程都能由机器高效完成，实现了真正的成衣生产自动化、无人分拣装箱以及一站式配送到门店的服务。同时，通过实时监测生产系统及状态，系统能够进行智能管控与决策，进一步优化了生产流程。

在上海纺织集团检测标准有限公司（STS）质量部部长朱庆芳等的带领下，学员们参观了 STS 检测中心。据介绍，STS 整合了原属上海市纺织科学研究院、上海市纺织工业技术监督所、上海市毛麻纺织科学技术研究所、上海市服装研究所的 4 家专业检测机构，现认可检测能力高达千余项，能满足按国家标准、行业标准及相应的国际标准、国外先进标准对纺织品化纤原料、纤维、纱线、羽绒羽毛、纺织品、服装服饰、服装附件、饰品、家用纺织品、产业用纺织品、织物功能性检测及皮革、箱包、鞋类、食品、化妆品、玩具等项目进行检测。

在东方国际集团上海环境科技有限公司（OET）仪器室主任胡丽雅的带领下，学员们参观了环保检测中心。据介绍，OET 前身为“上海纺织节能环保中心”，四十年来始终致力于各企事业单位提供高质量的服务，是上海市水务局执法总队、上海市环境监测中心、上海市节能监察中心认可的以环境监测、节能环保咨询为一体的专业性服务机构，具备通过多次复证的计量认证（CMA）资质、实验室认可委（CNAS）认可的实验室资质。此外，OET 业务还涵盖碳盘查 / 核查与认证、产品碳足迹核算与认证、绿色制造体系评价、碳中和规划与实施等。TA



营收利润连续 8 年创新高，波司登交出亮眼年报

■ 陈墨 / 文

全球知名羽绒服品牌波司登，正在展现出强大的经营韧性。

近日，波司登 (3998.HK) 发布 24/25 财年（截至 2025 年 3 月 31 日）年报。报告显示，收入提升 11.6% 至约人民币 259.02 亿元，实现了稳中有进的发展目标；集团权益股东应占溢利提升 14.3% 至约人民币 35.14 亿元，均连续 8 年创同期历史新高。

更值得一提的是，连续 8 年以来，集团净利润增速均快于收入增速，经营质量优异。

亮眼业绩背后，是科技赋能下波司登品牌效应和供应链能力的持续升级。而中国户外运动热潮，也给传统羽绒服品牌带来了新的增量市场。

科技赋能经营质量提升

2024—2025 年的冬天，对羽绒服行业来说并不好过。

数据显示，这个冬天是 1961 年以来我国最暖的冬天。2024 年 11 月，全国平均气温较常年偏高 2.0℃。

11 月恰恰是羽绒服销售最重要的时点，暖冬自然会对行业带来不利影响。而全球宏观经济的压力也难免会传导到消费市场。

从财报数据来看，波司登在天气和消费环境的挑战下，库存仍然维持健康水平。库存周转天数小幅上升了 3 天至 118 天。

不过整体来看，波司登的业绩仍然出色，经营溢利率还从去年的 18.9% 提升至今年的 19.2%。

波司登强大的韧性，来自科技赋能下品牌效应和供应链管理能力的双重提升。

2022 年羽绒服新国标实施以来，原来的“含绒量”指标被“绒子含量”取代，将并不增加保暖性的绒子剔除在外，再加上其它各项指标的优化，激发了市场的竞争活力，更为消费者带来了更多高品质、高性能的羽绒服选择。波司登顺势而为，通过不断产品创新强化自身品牌效应。如“登峰系列”蓬松度达到 1000，绒子含量达到 95%，并采用了长征五号的气凝胶纳米保温材料。

24/25 财年，波司登主品牌的收入继续稳步提升 10.1% 至约人民币 184.81 亿元，创同期历史新高。雪中飞品牌实现收入约为人民币 22.06 亿元，同比增长 9.2%。

除了在品牌建设上下功夫，波司登也在强化供应链管理的硬实力。作为一个淡旺季明显的行业，库存管理一直是影响羽绒服行业盈利能力的重要因素。为此，波司登做强供应链的拉式补货、小单快反能力。

拉式补货是一种基于需求拉动的库存管理策略，其核心是根据



战略领航，科技赋能，波司登打造时尚功能科技服饰领先标杆。

实际的客户需求或销售订单来启动补货流程，而不是依赖于预先的需求预测。

区别于传统服饰品牌依赖订货会的模式，波司登在订货会后只投产 40% 以内的期货订单，待新品上市后，再依托“互联网 + 大数据 + 智能制造”的数字化能力进行滚动下单，以优质快反供应，完成剩下的市场订单，实现小批量、快速反应的生产模式。

因此，波司登的库存周转天数已经从 2021 财年的 175 天下降至 2024 财年的 115 天，即使 2025 财年遭遇暖冬，仍表现出强大韧性。

户外风潮带来广阔空间

中国近年兴起的“户外热”和“冰雪热”，给羽绒服企业带来了新的增长空间。

国家体育总局报告显示，我国户外运动已逐步走向全民化，2023 年与户外运动相关的订单人次增长 14.99%，2024 年上半年与户外运动相关的订单人次同比增长 59.78%。

北京冬奥会后，中国冰雪运动的参与人数从 2015 年的不足 1 亿人，跃升至 2022 年的 3.13 亿人。

2023-2024 雪季，冰雪运动消费规模超 1500 亿元，其中滑雪服、滑雪手套等功能性服饰成为核心消费项目。以冲锋衣为例，2023 年京东平台销量超 140 万件，销售额达 9.4 亿元，同比分别增长 89% 和 96%，天猫滑雪行业整体成交增长 40%，滑雪手套品类增速达 50%-60%。

波司登也顺势进入户外和冰雪市场。2024 年波司登全新上市冲锋衣系列产品，平衡了时尚与功能防护，具有“防泼水、防风、透湿透气”的性能，是适合都市 / 户外的轻防护功能外套。波司登还和哈尔滨达成战略合作，推出“尔滨 × 波司登”联名系列羽绒服，开创了城市与品牌联名合作的新模式。

波司登旗下的雪中飞品牌，也深挖品牌“冰雪”基因，于 2024 年推出全新风雪系列，与广检携手引入创新的“防风雪”标准，打造出全新的风雪墙系统结构，实现防风、防水、保温、远红外发热和防风雪保暖等多项功能。

户外和冰雪赛道的布局，不仅为羽绒服企业打开了全新的增长空间，同时，这个市场中用户高度年轻化、高收入的特点，也给传统服饰品牌带来了继续升级品牌形象的绝佳契机。

若能把握好户外风口，波司登势必还将再上一个台阶。TA

走近中国纤维 系列报道

上海洁宜康：以研发创新，重构功能纺织品竞争壁垒

■ 本刊记者 _ 许依莉

炎炎夏日，热浪滚滚，强烈的光照成为这个季节人们日常生活中难以避免的困扰。在桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 的入围名单上，上海洁宜康化工科技有限公司凭借无锑遮热聚酯纤维格外引人关注。据公司总经理马正升介绍，该纤维集遮热防晒、健康低碳、环保可降解于一身，精准契合现代人对夏日户外场景的多重期待。这是洁宜康多年来坚持创新驱动、深耕纺织领域的成果。

无锑遮热聚酯纤维 全生命周期的绿色“凉”意

上海洁宜康化工科技有限公司是一家由东华大学、青岛大学、南通大学等多所高校相关专业人才携手组建的科技型企业，汇聚了一支实力强劲的技术团队，拥有深厚的理论知识，具备多年研发与实际工业化生产的宝贵经验。业务布局上，洁宜康深耕纺织领域，专注于功能性助剂的研发与经营。其抗菌剂 JYK ABF-248 凭借卓越性能，成功斩获 Oeko-Tex 的 ACP 认证，彰显了企业在产品质量与技术标准上的高水准。此外，企业积极拓展业务版图，同步开展功能性纤维 / 纱线、功能性添加剂 / 母粒的研发与生产。不仅如此，洁宜康还凭借敏锐的市场洞察力和广泛的行业资源，成为澳大利亚 HealthGuard® 公司功能性助剂 / 母粒以及韩国 NBIO® 公司生物质多功能助剂在中国的全总代理。

企业拥有国家授权的注册商标 JIECON®、舒热丝®、彤酷纶® 和亚酷纶®。截至目前，已取得国家发明专利授权 19 项，实用新型专利授权 31 项。连续入库 2023 年、2024 年上海市科技型中小企业；2024 年获评上海市专精特新中小企业和上海市创新型中小企业。企业项目被认定为上海市高新技术成果转化项目。

提到入围的无锑遮热聚酯纤维，马正升表示，有三个关键环节贯穿了无锑遮热聚酯纤维环保性的“一生”：

首先是源头生产“零锑排”。正所谓“绿水青山就是金山银山”，锑作为重金属，对人体和环境危害极大。洁宜康积极践行可持续发展理念，摒弃传统有毒含锑催化剂，改用国产绿色催化剂。此举不仅避免了生产中含锑废水污染，更从根源杜绝了重金属锑在纤维中的残留及未来环境泄露风险。

其次是使用过程“零析出”。由于纤维本身不含锑，彻底避免了纺织品中锑金属离子析出

危害人体健康。部分从业者认为含锑催化剂成熟且析出微量，可这恰似“千里之堤，溃于蚁穴”，微量累积终会质变。涤纶材料在生活中随处可见，微量累积不可避免，所以企业从源头杜绝锑的存在。

最后，废弃处理“好回收”。无重金属锑和难处理添加剂，废弃纤维或布料可高效回收再利用，如熔融再造成新纤维，能耗比造新纤维低约 35%，真正实现循环经济。

洁宜康生产的无锑遮热纤维，做到了从生产源头“无锑污染”，使用中避免锑析出危害健康，废弃后能“变废为宝”或“无害消失”，是全生命周期的绿色创新产品，实现了功能性与环保性的完美融合。

经过一系列研究和开发，在遮热性上，无锑遮热纤维能高效遮蔽太阳光辐射热，性能远超普通涤纶。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。消费者能明显感受到体感凉爽。

目前，该纤维已在户外休闲用品（帐篷、遮阳篷等）、特种服装（军警服装等）及军事遮蔽产品等领域广泛应用，反响良好，还与国外服装客户密切合作，用于各种遮热功能纺织品的开发生产。

铸就核心竞争优势 创新驱动研发闭环

洁宜康创立初期的核心业务是纺织品后处理的功能整理剂，谈及后来开发功能性纤维的原因，马正升坦言，随着行业参与者激增，市场竞争日趋激烈，产品同质化问题加剧，单一助剂产品已难以构建持续竞争力。与此同时，用户需求不断升级，促使洁宜康提出“让技术‘隐形’，让体验升级”的战略转型。而开发功能性纤维成为实现这一目标的核心路径，旨在将功能特性深度融入每一根纤维之中。

凭借二十年功能性整理剂领域的深耕经验，洁宜康对功能添加剂的技术逻辑与市场需求形成了深刻认知，并建立起功能原料开发的技术壁垒。基于此，企业从功能原料端切入，逐步延伸至功能添加剂、功能母粒的研发，形成了



洁宜康多年来坚持创新驱动、深耕纺织领域，构建多元化产品矩阵。

显著的技术与成本优势。以此为基础开发的功能性纤维纱线，在产品性能、成本控制等方面展现出强劲的市场竞争力。

除入围桐昆·中国纤维流行趋势的无锑遮热纤维外，洁宜康持续开拓创新，围绕“功能纺织品”主题，已构建多元化产品矩阵。企业自主研发的“舒热丝”多功能纤维（改性腈纶）可同步实现吸湿发热、抗菌、抗病毒、抗静电、阻燃、除臭及重复吸放湿等七大功能，性能表现优异，广泛应用于特种服装、高端服装及专用纺织品领域。此外，企业还推出涵盖涤纶、尼龙、腈纶、粘胶等全品类的抗菌纤维系列，自主研发的抗菌纺丝母粒与添加剂有效解决了纺织品耐洗涤难题。吸光发热涤纶纤维在 50% 混纺条件下可实现 7℃ 以上升温，强效发热腈纶在 30% 用量下升温超 20℃，上市后迅速引爆市场。目前，洁宜康已经成功研发了国内市场唯一的抗过敏整理剂，接下来也将把抗过敏功能融入到纤维中去，乐观预估可能不久就能推向市场。

面对动态竞争环境，马正升提出了洁宜康构建“研产销用再研”的闭环体系：企业联合上下游企业及科研院校，形成了“材料研发创新—商业化落地—成品推广销售—使用端反馈—研发再创新”的协同机制，并在持续优化闭环各环节。通过与科研院校及产业链伙伴的长期合作，洁宜康精准把握行业痛点，推动全产业链协同发展。

在品质管控方面，洁宜康执行严于行业标准的管理规范。行业要求精确到十位数时，企业内控标准提升至个位数，行业要求个位数时企业细化至小数位，全方位保障产品性能稳定性。此外，洁宜康每年投入营业额近 10% 用于研发，不仅专职研发团队深度参与，销售人员也需从市场视角反馈需求，确保研发目标兼具可行性、实用性与前瞻性。TA

挑战与对策：大数据时代下的企业营销

■ 江苏鹰游纺机有限公司 | 朱国楼 张斯纬 毕雪 赵菲 / 文

数字经济国家战略推进加速了数据要素市场化进程，企业营销体系作为数据要素应用核心场景，其数字化转型成效影响微观经济主体竞争力。当前数据资源价值转化面临系统性障碍：海量数据与有效洞察转化效率低，合规要求与商业目标平衡机制缺失，技术迭代与组织适应能力矛盾凸显。本文从数据治理底层逻辑出发，系统分析技术变革引发的营销体系重构特征，诊断数据化转型过程中的结构性矛盾，提出兼顾合规性与实效性的解决方案，为企业在数据要素市场化背景下实现营销创新提供理论框架与实践指引。

大数据时代企业营销的变革特征

大数据技术重构传统营销模式底层逻辑，核心是数据要素对商业决策机制的革新。数据驱动决策体系取代经验主导的营销策略制定范式，企业通过多维度数据交叉验证，精准识别市场需求演变趋势。消费者行为可视化技术打破传统调研信息黑箱，借助数字足迹追踪形成完整用户画像。市场响应效率提升体现在动态定价机制实现，企业通过实时数据流捕捉供需变化，将传统营销活动中数周才能完成的策略调整压缩至分钟级。

企业营销数据化转型的瓶颈分析

（一）数据孤岛现象与价值挖掘困境

企业数据孤岛表现为部门间信息共享机制缺失。首先，组织架构中市场、运营、客服等部门各自形成独立数据库，数据采集标准与存储格式差异导致跨部门调用困难。其次，外部合作伙伴与第三方平台数据接口兼容性不足，部分企业 CRM 系统无法有效对接电商平台消费行为数据，形成数据交换屏障。再者，非结构化数据处理能力薄弱，超 60% 的视频监控、社交媒体评论等数据未被纳入分析体系，制约数据资产价值转化。

（二）用户隐私保护与精准营销的平衡难题

《个人信息保护法》实施重构企业数据采集合法性边界。首先，用户授权机制强化使部分消费场景行为数据难以获取，如页面停留时长、跨平台浏览轨迹等。其次，画像构建所需的人口统计学特征、社交关系网络等核心维度面临合规风险，某些关键字段因涉及敏感信息被剔除。再者，数据脱敏处理标准提升降低原始数据可用性，匿名化处理后的消费偏好数据难支撑精准营销建模。

（三）实时决策需求与响应机制滞后矛盾

传统营销决策机制应对动态市场有时差。首先，层级化审批流程使策略调整周期过长，促销方案从数据反馈到执行落地需多部门协同。其次，日报周报数据汇总模式造成信息滞后，部分企业依赖月度经营分析会制定营销策略。再者，组织架构刚性制约快速反应，区域市场突发舆情事件需总部统一决策的模式难以及时应对。

（四）专业人才缺口与组织架构适配不足

企业数据人才结构失衡体现在专业团队协同效率低下。首先，数据科学家与营销策划人员知识体系有代际差异，算法模型构建与商业价值转化间缺乏共通语言。其次，复合型人才培养机制不完善，部分企业将数据分析师定位为技术支持角色，未纳入营销决策链条。再者，跨部门数据共享流程审批冗余，关键业务数据需经多部门审核方能调用。

营销策略优化路径探索

（一）构建数据治理体系，提升商业洞察效能

构建数据治理体系核心是建立系统化数据资产运营机制。企业应将数据治理定位为战略性工程，从基础设施、标准规范、质量控制三个层面协同推进。第一，搭建跨部门数据协作平台，组建由首席数据官牵头的治理委员会，开发标准化 API 接口实现各业务系统数据互通。第二，实施全生命周期数据清洗方案，原始数据采集环节部署自动化校验规则，在数据存储阶段建立动态更新机制。第三，建立数据质量评估反馈闭环，将评估结果纳入部门绩效考核体系。笔者认为，这种立体化治理体系如同为企业的数据血管安装了净化装置，能够持续输出高纯度的商业洞察燃料。

（二）创新隐私计算模式，重构用户信任机制

创新隐私计算模式关键是平衡数据价值挖掘与用户权益保护。构建多方协同的隐私保护生态，从技术架构、授权机制、信息披露三个维度推进。其一，搭建联邦学习营销分析框架，联合行业协会制定跨机构数据协作标准，采用同态加密算法处理特征参数。其二，建立动态数据授权管理体系，开发可视化权限控制面板，设置分级授权模式，引入授权时效机制。其三，优化透明化告知交互设计，在用户协议中嵌入数据流向示意图，开发数据追踪查询功能。其四，构建隐私计算效果评估体系，定期委托第三方机构进行合规审计。

（三）部署动态决策模型，强化市场响应能力

部署动态决策模型核心是构建智能化市场响应中枢。将实时数据分析能力转化为核心竞争力，从数据整合、模型构建、执行反馈层面突破。其一，构建全域数据监测网络，整合多源数据流，部署分布式计算框架处理高并发数据。其二，研发自适应决策算法模型，基于历史营销数据训练预测模型，引入强化学习算法构建策略优化器。其三，建立自动化执行触发机制，设定关键指标动态阈值，开发策略路由分发系统。其四，完善决策效果迭代体系，构建营销活动数字孪生系统，建立 A/B 测试常态化机制。其五，培养人机协同决策能力，显著提升市场机遇捕捉能力。

（四）实施敏捷组织变革，培育复合人才梯队

实施敏捷组织变革本质是重构企业人才生态体系。将组织韧性建设作为数字化转型基石，从人才流动、知识共享、协同创新维度突破。第一，建立矩阵式轮岗培养机制，制定岗位能力对照表，设计交叉轮岗路径，实施双导师制。第二，开发阶梯式数据素养课程体系，面向管理层开设数据决策工作坊，针对营销策划人员设计实战课程。第三，组建常态化跨职能项目小组，按季度发布创新课题，建立敏捷开发流程。第四，构建能力成长量化评估模型，有效激发员工自主发展动力。第五，优化知识沉淀共享机制，搭建内部案例库平台，设立创新点子集市，通过定期举办数据洞察分享会，促进隐性知识显性化传播，形成持续进化的组织学习能力。

结语

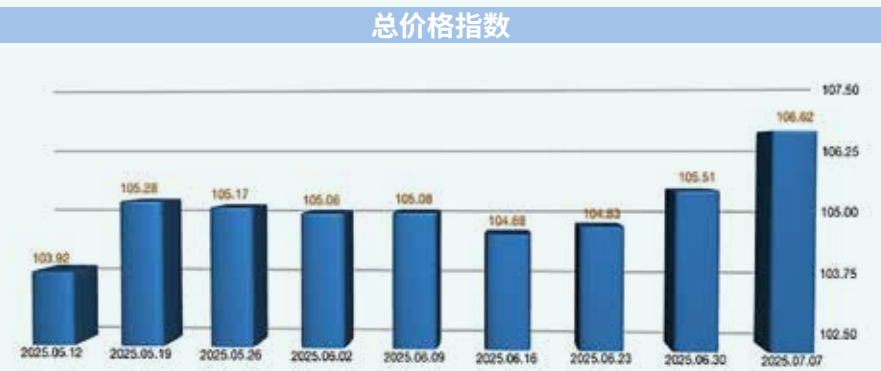
本研究揭示大数据时代企业营销体系变革内在规律，提出了四维解决方案，为破解数据孤岛、平衡隐私保护等提供可操作路径。相较于既有研究，本研究创新性将组织适配性纳入分析框架。后续研究可深入探讨行业差异化转型路径，结合场景开发定制化解决方案，关注数据跨境流动挑战。TA

广州中大門，时尚中国南大門。

夏市营销环比推升 价格指数环比上涨

20250707 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20250707 期纺织品价格指数收报于 106.62 点，环比上涨 1.05%，较年初上涨 2.00%，同比上涨 1.42%。



中国轻纺城夏市营销环比推升，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比上涨，服装面料市场布匹价量环比推升，家纺类产品成交价量环比小升，辅料类价量环比上涨。

原料行情环比下跌，涤纶环比下跌，再生纤维素环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 85.25 点，环比下跌 1.95%，较年初上涨 5.80%，同比上涨 3.15%。

聚酯原料环比回缩，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 4872 元 / 吨，环比下跌 153 元 / 吨；MEG 主流 4360 元 / 吨，环比持平；聚酯切片市场报价环比回缩，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5905 元 / 吨，环比下跌 20 元 / 吨；无光切片现金或三月承兑 5885 元 / 吨，环比下跌 20 元 / 吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格环比下跌，POY 报价 6925 元 / 吨，环比下跌 225 元 / 吨；FDY 报价 7175 元 / 吨，环比下跌 275 元 / 吨；DTY 报价 8200 元 / 吨，环比下跌 225 元 / 吨。上游聚酯原料价格环比回缩，下游需求环比下降，聚酯工厂涤纶长丝价格环比下跌，常规品种和新款品种成交量环比回缩。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6730 元 / 吨，环比下跌 30 元 / 吨。萧绍地区涤纶短纤市场价格环比回缩，实单成交环比下降，下游采购局部回缩，市场交易气氛环比下降。纯涤纱市场报价价格稳跌互现，32S 纯涤纱报 10600 元 / 吨左右，环比下跌 50 元 / 吨；45S 纯涤纱报 16800 元 / 吨左右，环比持平。

再生纤维素价格环比下跌。近期，再生纤维素类指数收报于 87.40 点，环比下跌 0.69%。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 73.43 点，环比下跌 0.02%。30S 人棉纱价格报 17030 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 100.04 点，环比下跌 0.27%。

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 118.34 点，环比上涨 2.80%，较年初下跌 0.74%，同比下跌 1.68%。

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 187.60 点，环比上涨 3.69%，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 107.55 点，环比上涨 2.29%，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；混纺纤维坯布收报于 116.50 点，环比上涨 0.54%，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上涨。

服装面料环比推升，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 111.49 点，环比上涨 0.87%，较年初下跌 4.44%，同比下跌 3.92%。

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推升，夏季面料下单环比推升，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：麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、涤棉面料、涤粘面料、时尚面料类成交价量不等量上涨。

特色分类指数中：裤装面料指数收报于 105.02 点，环比上涨 0.01%；西装面料指数收报于 110.76 点，环比上涨 0.01%；牛仔服面料指数收报于 104.93 点，环比上涨 0.13%；染色工艺面料指数收报于 116.23 点，环比上涨 0.03%；吸湿性能面料指数收报于 118.53 点，环比持平。

家纺市场环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.14 点，环比上涨 0.18%，较年初下跌 0.71%，同比下跌 0.98%。

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：床上用品类收报于 99.98 点，环比上涨 0.01%；窗帘类收报于 102.01 点，环比上涨 0.13%。

市场行情环比回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期辅料类价格指数收报于 113.40 点，环比上涨 0.44%，较年初下跌 13.46%，同比下跌 12.45%。

本期辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比上行，价格指数环比上涨。其中：线绳收报于 125.75 点，环比上涨 0.20%；窗帘布带收报于 110.20 点，环比上涨 1.72%；挂球和挂钩收报于 107.89 点，环比上涨 0.24%；窗帘花边收报于 105.27 点，环比上涨 1.67%；窗帘轨道收报于 97.03 点，环比上涨 0.21%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡推升走势。因下游需求局部增加，市场行情走势局部推升。秋季面料供给继续增加，现货成交和订单发货将呈现增长态势，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推升，市场行情走势局部顺畅，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推升走势。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……



推动
纺织服装
工业数据全面采集

- 咨询诊断
- 数据平台建设
- 云 ERP/ERP
- 衣云智慧商院

推进
纺织工业数据
分类分级
传输交互

- 数据分类分级
- 标准建设
- 工业互联网标识解析二级节点

协同
推进纺织服装
大中小企业
应用、发展

- 纺织云超
- 中纺云课堂

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



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