

纺织服装周刊

2025.11.24 | 第43期 | 总第1243期



全球销售额第一

来源:弗若斯特沙利文(Frost & Sullivan)上海分公司,基于对全球医美市场增长率的统计(2020/21年)及2025年全球医美市场各区域的医美市场规模统计。“5G”是指5G系列产品,指采用5G+AR/VR技术,通过5G+AR/VR技术,将5G+AR/VR技术应用于医美领域,通过5G+AR/VR技术,将5G+AR/VR技术应用于医美领域,通过5G+AR/VR技术,将5G+AR/VR技术应用于医美领域。

绘智美好睡眠

2025绘睡 春夏凉感系列

GO TO SUMMER RESORT

打造舒适睡眠和健康睡眠
的生活方式品牌。



RC RED
COPPER
爱 · 的 · 陪 · 伴



RED COPPER品牌是由鸿天集团全资控股,于2019年创立的原创设计师童装品牌,将陪伴孩子成长的点滴感受,和对孩子的爱融入到产品研发中,选用健康、环保、科技型面料,为2-15岁儿童提供,多场合、高品质、轻潮时尚的穿搭新方式。



实体店分布城市: 济南、青岛、临沂
潍坊、烟台、郑州



RC官方抖音



RC微信公众号

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
唐小狄

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 牛学轶

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: 中国纺织网

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*

追寻抗战精神，凝聚奋斗力量！
以创新驱动产业新增长

08

关注 *Attention*

前三季度我国纺织行业经济运行稳中承压
全球共话“竞合密码”
2025 中国纺织市场大会召开

12

特别报道 *Special*

科技协同、韧性发展，棉纺织科技“十五五”再提升

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

实效超预期，冲刺“全年红”！
趋势前沿与商机落地共振
链通上下游 赋能新发展
优中选优，“柯桥优选十佳产品”出炉

18

化纤 *Industry*

勇攀科技高峰 引领需求升级
桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 总结会在京举行
纤维与品牌双向奔赴，开启科技运动融合之旅

20

时尚 *Fashion*

中国国际时装周如何成为时尚产业的“超级接口”？

22

展会 *Exhibition*

新材引潮，聚链成势

23

市场 *Market*

御麻坊：以差异化创新跳出同质化红海

24

品牌 *Brand*

一起攀登，遇见更大的世界

25

一线 *Frontline*

罗曼罗兰集团：以创新科技引领面料未来

26

指数 *Index*

市场营销微势回升 价格指数环比微涨



万 晗
《纺织服装周刊》副总编辑

PARAMETER CONSUMPTION
双 11，从“符号消费”
到“参数消费”的范式转移

双 11 购物节作为中国消费市场的“风向标”，其数据变化往往预示着产业深层次的变革。据复旦消费大数据实验室发布的数据显示，今年双 11 全网零售额近 2.4 万亿元，同比增长超 10%，京东、淘宝天猫、抖音、拼多多等平台的服饰行业销售额均实现两位数增长，展现出强劲的市场活力。

今年以来，服装行业正在经历一场从“符号价值”向“使用价值”的结构性转型，消费者对服装的认知正在从“感性审美”向“理性消费”深刻转变。

服装消费正从“品牌信仰”转向“技术信仰”。消费者不再仅仅被品牌故事和 logo 吸引，而是开始像选购电子产品一样，通过充绒量、防水指数、面料成分等可量化的技术指标来评判产品价值。

据《经济观察报》发布的双 11 消费调研报告，成分、面料与参数已成为影响服装消费者决策的核心因素。超过九成消费者表示更加关注服装的面料材质，其中 48.6% 的消费者将面料视为服装品质的三大要素之一，72.2% 的消费者会主动关注面料材质、充绒量等关键指标参数。

消费端的技术参数导向，倒逼产业从设计、生产到营销的全链路变革。传统的“快时尚”模式受到冲击，取而代之的是“技术 + 设计”双轮驱动的价值创造模式。

这种变革的直接体现是原创设计力量的崛起。第三方电商数据机构久谦中台发布的《双 11 大促首阶段分析》报告也显示，双 11 开卖一周，淘宝原创服饰成交额同比飙升 50%，5 个商家销售额破亿元，9 个品牌销售额破 5000 万元。这标志着设计创新在服装产业价值链中的权重显著提升，产业竞争正从价格层面上升到价值层面。

基于技术与设计的双重加成，本土品牌的建设成果取得突破，国产鞋靴品牌泰兰尼斯在产品技术上创新，打造更适合中国儿童脚型的产品，这个年 GMV 已达到三四十亿元的品牌，在今年双 11 完成了对耐克、阿迪达斯等国际品牌的超越，再次拿下京东、天猫双平台销售额 TOP1。

当前，中国服装产业正在经历价值重构的关键时期。从参数消费的兴起，到原创设计的价值认可，最终实现了本土品牌的又一次突围，这三个关键趋势共同指向一个核心变化——消费者正在用更加理性的方式重新定义服装与品牌价值。

未来，那些能够真正理解并响应这一变化的品牌，将在新一轮产业竞争中占据先机。对于整个行业而言，这种转变既是挑战，更是迈向高质量发展的重要契机。

View point / 产经看点

10 月份，全国规模以上工业增加值同比增长 4.9%，全国服务业生产指数同比增长 4.6%，社会消费品零售总额同比增长 2.9%。国民经济保持总体平稳、稳中有进发展态势。

——国家统计局

财政部 11 月 17 日发布最新数据显示，今年 1 月至 10 月，全国财政收入 18.65 万亿元，同比增长 0.8%，增幅比 1 月至 9 月提高 0.3 个百分点。10 月单月，全国财政收入 2.26 万亿元，同比增长 3.2%，月度增幅继续提高。

——经济日报

中国人民银行 11 月 13 日发布的金融统计数据显 示，今年前 10 个月我国人民币贷款增加 14.97 万亿元，其中企（事）业单位贷款增加 13.79 万亿元。

——新华社

北京海关 11 月 13 日发布统计数据显示，今年前 10 个月京津冀地区进出口 3.91 万亿元。其中，出口 1.2 万亿元，创历史同期新高，同比增长 5.6%。

——中国新闻网



纺织服装周刊
微信公众号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织机械
微信公众号



纺织 120 秒
微信视频号



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

追寻抗战精神，凝聚奋斗力量！

中国纺联党委举办主题党日暨职工健步走活动

■ 本刊记者 _ 许依莉 / 文 关云鹤 / 摄



全体人员在黑山扈纪念石壁前合影。

秋风送爽，层林尽染。为纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利 80 周年，10 月 31 日，中国纺联党委、工会、团委、职工运动健身社以红色地标为课堂，在北京百望山举办“登高望远忆烽火，踔厉奋发启新程”主题党日暨第十二届职工健步走活动。本次活动将红色教育与体育锻炼深度融合，引导全体职工在健步中追寻那些镌刻在山河岁月中的红色记忆，感悟初心，汲取力量。中国纺联党委书记、会长孙瑞哲，副会长杨兆华、阎岩，党委副书记、纪委书记朱超，纪委原书记王久新以及中国纺联各单位各部门领导、干部职工 400 余人参加了此次活动。中国纺联工会联合会主席周腊权主持启动仪式。

活动起点设于北京百望山“砥柱”刻石处。寓意着在党的坚强领导下，

中国纺联全体党员干部职工将以如磐的信念和坚定的步伐，在新时代的征程中砥砺前行。

朱超进行了活动出发前的致辞。她表示，站在历史与现实的交汇点上，以健步走的形式重走英雄路，既是缅怀先烈、传承红色基因的生动实践，更是激励新时代纺织人在新征程上“不忘初心、牢记使命”的精神洗礼。让我们以脚下这片热土为起点，在登高中感悟信仰的高度，在跋涉中丈量责任的厚重，在携手前行中凝聚奋进的力量！我们将以此次活动为新起点，以更加饱满的热情、更加务实的作风，且趁秋光，共赴山海，共同谱写中国纺织现代化建设的新篇章！

伴随着孙瑞哲书记“出发！”的号令，2025 年中国纺联党委“登高望远忆烽火，踔厉奋发启新程”主题党日暨第十二届职工健步走活动正式开始。

来到黑山扈战斗纪念园，大家庄严肃立，聆听了一堂生动的微党课。讲解员详细讲述了 88 年前平西抗日游击队在中国共产党领导下于黑山扈地区与侵略者浴血奋战的英勇事迹。革命先辈们在这里创造的用轻武器击落日寇敌机的抗战奇迹，向全世界展示了中国人民天下兴亡、匹夫有责的爱国情怀，视死如归、宁死不屈的民族气节，不畏强暴、血战到底的英雄气概，百折不挠、坚忍不拔的必胜信念，他们身上闪耀的伟大抗战精神让在场同志深受触动。

之后，广大职工以饱满的精神踏上秋日山林步道，在欣赏北京金秋美景的同时，也增进了中国纺联各部门各成员单位的相互交流，提升了团队的凝聚力。

鄂尔多斯主导制订， 又一项国际标准发布实施

近日，在第 25 届 ISO/TC38 国际标准化组织纺织品标准化技术委员会及其分技术委员会和工作组会议上，由鄂尔多斯资源股份有限公司主导制定的又一项 ISO 国际标准——ISO 22786:2025《纺织品 供应链中的动物福利 山羊绒的生产、制备、标识及可追溯包括道德权益及支持信息的通用要求》顺利发布实施。截至目前，鄂尔多斯已完成主导制修订 7 项国际标准。

近年来，随着国际上对动物保护及动物福利的呼声不断高涨，绒山羊动物福利和相关工作也逐渐受到越来越广泛的关注。鄂尔多斯作为羊绒行业最大的全产业链生产企业，在建设了自有绒山羊标准化养殖牧场，积极推动高品质羊绒生产及相关认证并持续关注绒山羊动物福利的前提下，提出该国际标准提案并开展了研制工作。

鄂尔多斯集团自 2022 年即开始准备该标准草案及新工作项目提案，并于 2023 年初完成了中文标准草案及翻译工作。经过近三年的工作，最终于 2025 年 10 底获批出版。该标准对绒山羊的品种、环境、育种、饲养管理、取绒、标识及追溯等各方面要素在全球范围内统一了要求。该项 ISO 国际标准的提出研制及发布实施，为保护绒山羊及山羊绒资源，规范绒山羊健康养殖和动物福利，提高山羊绒品质，促进羊绒行业的健康可持续发展等方面提供了重要的技术支撑。（李锐）

Scene/ 现场

以创新驱动产业新增长

2025 中国纺织面料设计创新系列活动在柯桥举行

■ 本刊记者 _ 唐小狄

近日，2025 中国时尚面料设计大赛颁奖典礼暨中国纺织面料设计创新会议在绍兴柯桥举行。活动以“解码消费新常态，驱动设计新增长”为主题，汇集了来自趋势机构、品牌企业与数智设计等领域的专业嘉宾，共同探讨消费升级时代面料设计的创新路径与增长逻辑。

据了解，本届中国时尚面料设计大赛吸引了 460 余家企业的近 2900 款面料参评。本届大赛颁奖典礼颁发了金、银、铜三项综合大奖，以及“中国轻纺城创新产品单项奖”、“优可丝® 市场应用奖”及“莱赛尔市场应用奖”三个单项奖。

随后，WGSN 趋势总监门淑萍以《2026 中国纺织消费新趋势与面料创新方向》为题，对未来的消费市场进行了展望；围绕《从趋势到货架：品牌如何洞察并定义未来舒适面料》的主题，有棵树材料开发经理朱磊阐述了从消费者需求到产品创新的全链路思维；聚焦数智赋能，中国纺织信息中心时尚智能部副主任李鑫在《数智驱动：基于消费大数据的面料开发新路径》分享中指出企业可利用图像识别与自然语言处理技术进行结构化分析，从而实现更精准的趋势研判与产品企划。

柯桥凭借深厚的产业基础与开放的创新生态，在推动设计研发与产业



活动现场。

协同的进程中展现出独特优势。此次活动的举办，既是对面料设计创新成果的集中展示，也是产业协同创新生态的真实写照。未来，在“设计 + 科技 + 数据”协同发展的新格局中，中国纺织面料的创新链条将更加坚实，柯桥时尚的产业势能也将持续释放。

Company/ 公司

发力毛绒、毛毯、全品类家居赛道， 鹰游集团广交会彰显纺织智造硬实力

近日，第 138 届广交会第三期在广州举行。鹰游集团旗下鹰游新立成纺织、飞雁毛毯、金典纺织科技三家核心企业携各自拳头产品同台亮相。依托“创新工艺 + 品质服务”的双重优势，三家企业分别聚焦精品毛绒、毛毯升级、全品类家居赛道，吸引全球多个国家和地区的客户深度洽谈，以集群化实力彰显纺织智造的全球竞争力。

鹰游新立成纺织以“全系列精品毛绒生产基地”为定位，在展位上有序陈列了兔毛、法兰绒、超柔、印花、深加工、提花、超宽幅等品类百余款产品。这些兼具科技创新内核与环保理念的面料产品，成功吸引大批客户驻足洽谈，其中全新推出的地毯类产品表现尤为亮眼，现场斩获多笔订单，为企业拓展市场版图、实现业务规模增长积蓄了强劲势能。

在飞雁毛毯的展位内，百余款设计新颖的毛毯产品形成“视觉焦点”——玉兔毯、彩色压花、剖花、提花、复合毯和新花型的各类毛毯，在美观度与创新性上实现双重突破，不少客户驻足展台前，围绕产品的材质特性、市场定价及合作模式等关键问题深入咨询。销售人员则以专业的行业知识和热情的服务态度，逐一为访客解答疑问，细致讲解产品研发亮点与合作流程，让客户全方位掌握产品价值。

金典纺织科技公司团队精心筹备，坚持“环保、绿色、健康、创新”的发展理念，针对不同区域客户的开发需求，以工匠精神设计生产，为客户提供便捷、全面的一站式服务，用专业与细致赢得新老客户的广泛认可与青睐。展会期间，金典纺织展位来访客户络绎不绝，现场洽谈氛围热烈，彰显出市场对金典纺织创新实力与产品品质的高度认可。

鹰游集团在本次广交会上不仅收获了实实在在的订单，更通过与全球客商의 深度交流，精准捕捉到“环保化、个性化、功能化”的市场趋势。未来，将持续加大研发投入，推动纺织板块三家企业深耕细作，以更高品质的产品服务全球市场，助力中国纺织品牌在国际舞台上赢得更多话语权。（江悦）

莱卡公司全球最大氨纶生产基地 于银川全新启幕

11 月 7 日，全球服装及个人护理行业创新型可持续纤维解决方案领军企业莱卡公司旗下全球规模最大氨纶生产基地——莱卡纤维（银川）工厂正式开业。此举不仅标志着莱卡公司在中国的持续投入再次迈上新台阶，更彰显了公司对本地供销网络建设、智能制造升级的坚定承诺。

由莱卡公司与银川金融资本投资集团合作打造、总投入超 8 亿元的银川工厂项目，初期将新增 3 万吨氨纶产能，年产值预计超 10 亿元，在当地带动约 500 个就业岗位。未来，工厂潜在产能有望扩展至 12 万吨，产品应用将从服饰拓展到个人护理，进一步满足中国及亚太地区对高品质氨纶的多元化需求，助力整个价值链获得更快速和更灵活的供应。

作为莱卡公司在中国的第二座生产基地，银川工厂通过汇聚公司顶尖管理人才、全球技术研发力量，成功打造出一整套高度自动化、智能化的生产体系。凭借部署先进的自动化包装系统和智能控制管理平台，银川工厂的运营不仅效率高、能耗低，其所践行的可持续发展理念，依托莱卡公司可持续经营框架，将有效确保业务增长与环境责任并行不悖。

“中国占据了全球服装生产市场 50% 以上的份额，对于莱卡公司而言具有重要的战略意义。此次能有机会进一步深耕中国市场，不仅使得莱卡公司更全面地优化了自身产品组合，还将赋能我们对高品质氨纶市场的需求增长做出更有效的响应。”莱卡公司首席执行官 Gary Smith 表示，莱卡公司将以银川工厂的开业作为新的起点，更坚定地以创新驱动和企业责任为核心，努力为区域经济和社会发展创造更大的价值和更积极的影响。（陶红）

Direct/ 直击

聚焦原材料、消费品等关键领域， 国家建立现代化中试平台体系

日前，工业和信息化部发布《关于进一步加快制造业中试平台体系化布局和高水平建设的通知》，明确到 2027 年底，高水平中试平台力量进一步壮大，现代化中试平台体系基本建立，多主体参与、多领域布局、多层次服务的全国制造业中试服务网络初步形成。

《通知》聚焦原材料工业、装备制造、消费品工业、信息技术、新兴和未来产业、共性需求等 6 大关键领域，覆盖 37 个行业方向，提出中试平台在战略定位、技术优势、服务能力等方面的建设升级条件，系统解决“建什么、谁来建、怎么建”等问题，提升制造业创新转化能力。

制造业中试平台是为处在试制阶段的样品转化到生产过程提供中试服务的载体，其主要功能是面向制造业发展需求，汇聚各类产业资源，推动科技成果产业化应用，提供设计验证、功能性能验证、工艺验证、适配验证、生产验证等综合性、专业化服务和系统化解决方案。

《通知》提出做强一批中试平台。坚持梯次推进、培优育强、以点带面，引导中试平台围绕战略定位、基础能力、技术优势、运行机制、服务成效、未来潜力等方面建设发展，按照“储备中试平台—工业和信息化部重点培育中试平台—国家级制造业中试平台”的路径向更高水平迈进。工业和信息化部将组织遴选符合条件的储备中试平台纳入部重点培育中试平台名录，打造高水平中试平台的中坚力量。（郝杰）



今年以来，面对复杂多变的外部形势，纺织行业坚持稳中求进工作总基调，扎实推进产业结构优化调整，深化外贸转型升级，在我国宏观经济平稳运行、各项存量增量政策协同发力支撑下，前三季度行业生产、内销、投资等指标保持增长，经济运行走势大体平稳。但外贸风险上升、市场竞争加剧等风险因素相互交织，企业效益恢复压力仍然较大。展望四季度和2026年，纺织行业面临的发展环境依然错综复杂，巩固平稳向好发展基础仍面临诸多考验。

生产增速稳中趋缓

今年前三季度，纺织行业产能利用水平位于合理区间，行业生产形势总体平稳，但在国际形势日趋复杂、终端需求总体偏弱等复杂因素影响下，生产增速呈现逐步放缓态势。根据国家统计局数据，前三季度规模以上纺织业、化纤业产能利用率分别为77.6%和85.8%，均高于同期全国规上工业74.2%的产能利用水平。纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长2.1%，增速较上年同期和今年上半年分别放缓2.4和1个百分点。在国家统计局统计的15个大类纺织产品中，7类产品产量同比实现增长。

内销保持温和增长

今年以来，国家提振消费专项行动扎实推进，居民衣着消费需求持续释放，前三季度纺织品服装内销延续温和增长态势。根据国家统计局数据，限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额接近1.1万亿元，同比增长3.1%，增速较上年同期提高2.9个百分点。纺织服装网络零售渠道延续逐季改善态势，前三季度全国网上穿类商品零售额同比增长2.8%，增速较今年一季度和上半年分别提高2.9和1.4个百分点。国潮国风、运动户外等改善型消费领域持续焕发活力，直播电商等业态模式助力行业充分满足居民多元化、品质化、个性化纺织服装消费需求，带动纺织服装线上线下销售同步增长。

出口压力逐步显现

今年以来，纺织行业面临的国际环境尤为复杂严峻。受关税博弈加剧、全球纺织供应链调整重构影响，行业外贸形势承压波动。根据中国海关快报数据，今年前三季度我国纺织品服装出口总额为2216.9亿美元，同比减少0.3%，累计增速连续两月呈现负增长态势。

从出口产品结构来看，我国化纤短纤、纺织纱线等主要中间品增势良好，带动前三季度纺织品出口金额达到1064.8亿美元，同比增长2.1%，是严峻外贸形势下行业出口韧性显现的重要支撑；但在关税扰动叠加海外市场需求改善乏力、国际品牌商去库存周期延续多重复杂因素影响下，随着“抢出口”效应减退，服装出口压力有所凸显，今年前三季度出口额为1152.1亿美元，同比减少2.5%，累计降幅逐步加深。

从出口市场结构来看，我国对全球主要贸易伙伴纺织品服装出口加速分化。受美关税政策及转口贸易核查影响，我国对美国、东盟出口呈现较为明显缩减态势，前三季度对美国、东盟纺织品服装出口额同比分别减少10.1%和4.7%；面对复杂的全球贸易环境，外贸企业积极推动市场结构优化及业务布局调整，深度拓展多元化国际市场，对行业出口支撑作用渐强，今年前三季度对欧盟、英国、印度、加拿大、尼日利亚、智利等贸易伙伴国纺织品服装出口均实现良好增长。

投资增速保持平稳

今年以来骨干企业聚焦产业链关键领域和薄弱环节，加快推动高端化、智能化、绿色化技术改造升级，纺织行业固定资产投资在上年较高基数基础上延续平稳增长态势。前三季度，我国纺织业、服装业和化纤业固定资产投资完成额（不含农户）同比分别增长11.2%、14.8%和11.6%，其中化纤业投资增速较上年同期和今年上半年分别继续加快6.9和1个百分点。根据中国纺联三季度对重点纺织企业开展的新增固定资产投资调查，有54.5%的受访企业深度聚焦产能升级改造投入，该占比今年以来呈现逐季提升态势，达到2023年三季度以来的高位水平。

运行质效依然承压

今年以来，受到终端需求偏弱、出口压力加大等因素影响，纺织企业国内外市场竞争更趋激烈，生产经营困难较多。三季度在美国加征关税措施局部暂缓、市场迎来订单旺季等因素支撑下，行业部分质效指标降幅有小幅收窄迹象。国家统计局数据显示，今年前三季度，全国3.8万户规模以上纺织企业营业收入同比减少3.8%；利润总额虽然同比仍减少7.2%，但降幅较今年上半年收窄2.2个百分点。产业链各主要环节效益表现承压分化，长丝织造、产业用纺织品行业营业收入保持增长，但同期毛纺织、针织、印染、服装等子行业效益改善压力依然较大。同期，规模以上纺织企业营业收入利润率为3.1%，较上年同期回落0.1百分点；受市场竞争加剧、库存波动上升等因素影响，规模以上企业总资产周转率、产成品周转率同比分别放缓5.5%和4%；三费比例为6.5%，与上年同期持平。

复杂形势淬炼发展韧性

展望四季度和2026年，纺织行业发展面临的不稳定不确定因素依然较多，保持平稳运行面临诸多挑战。

复杂形势下，我国宏观经济环境的良好韧性和超大规模、不断升级的内需市场仍将是纺织行业推进现代化产业体系建设、畅通产业经济循环、以深度转型升级实现高水平自立自强的核心支撑。当前及“十五五”时期，立足坚持扩大内需战略基点和国家提振消费专项行动，行业围绕扩大优质供给，将从品牌引领、标准升级、新技术应用、消费场景开发多维发力，推动纺织服装消费市场扩容升级；与此同时，全球纺织产业链供应链与国内纺织产业结构同步调整，优质生产要素将进一步向高效能企业、产业链重点环节和区域加速流动配置，有效激发企业自主创新活力与产业升级动力，对冲下行风险压力。此外，我国宏观政策仍具加力空间，随着全国统一大市场建设深入推进，重点行业产能治理、规范市场竞争秩序等相关配套政策落地实施，也将为纺织行业推动供需动态平衡提供有力政策保障。

纺织行业将认真贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚持稳中求进工作总基调，立足“科技、时尚、绿色、健康”发展定位，增强国内大循环内生动力和可靠性，坚定不移深化转型升级，加快推进现代化产业体系建设，以资源高效配置为方向、以创新深度融合为动力、以产业链自主完备为支撑，持续防范化解外贸风险，不断稳定提升发展预期，以高水平自立自强支撑引领高质量发展，为推动行业全年经济运行平稳向好、我国国民经济和社会发展实现“十五五”良好开局做出应有贡献。**TA**

全球共话“竞合密码”

第十八届全球纺织服装供应链大会在绍兴柯桥举行

■ 本刊记者 _ 边吉洁

近日，第十八届全球纺织服装供应链大会在浙江绍兴柯桥举办。本届大会以“国际竞合——重构全球纺织价值链新格局”为主题，汇聚了来自全球多个国家和地区的行业领袖、知名企业代表及专家学者，共同探讨在全球供应链深度调整背景下，如何通过区域协同、技术创新、数智转型与责任构建，应对变局、破解难题，推动全球纺织服装供应链实现价值跃升与韧性发展。

聚焦竞合新内涵，指引产业新航向

当前，全球纺织服装供应链正经历深刻重构，区域化布局加速推进，技术迭代日新月异，绿色转型成为必由之路。在此关键节点，大会成为洞察趋势、凝聚共识、引领方向的重要平台。

中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲在大会讲话中对“全球竞合”进行了阐释。他指出，当前的“竞”已超越低层次价格内卷，转向对规则主导权、枢纽掌控权、价值分配权的高维度争夺；而“合”也正从传统的链式依存、单点对接，迈向理念共融、风险共担、成果共享的生态化协同。面对安全为本的格局之变、数智赋能的动力之变与绿色导向的规则之变，他倡议全球业界：一要共建创新驱动、开放包容的发展体系；二要共筑畅通高效、安全韧性的合作生态；三要共谋文明互鉴、绿色发展的永续未来。

绍兴市柯桥区委常委、副区长，中国轻纺城党工委书记宋琪表示，本届大会为柯桥链接全球优质资源、展示产业升级成果、深化国际供应链协作提供了高端平台。依托完整产业链和市场产销体系，柯桥通过科技创新赋能“智慧化”升级、时尚引领驱动“高价值”突破、绿色转型打造“可持续”闭环，持续推动纺织供应链向高效、绿色、韧性、协同迈进的努力与实践。

国际纺织制造商联合会副主席、中国纺织工业联合会副会长阎岩在主题报告中强调，全球纺织产业正处于新旧格局交替的关键期。她指出，供应链竞争核心正从“效率优先”转向“韧性为王”，呈现从“制造链”到“数据链”、从“代工制造”到“价值创造”、从“单一合规”到“系统可持续”等新特征。中国产业需围绕技术创新、绿色低碳、责任治理等维度强化战略定位，既要苦练内功，也要深化全球网络嵌入。

跨国对话促合作，开拓多元新蓝海

大会特设跨国对话环节，搭建了“全球视野”与“本土经验”交融的桥梁。来自中国、日本、俄罗斯、意大利、尼日利亚、吉尔吉斯斯坦等国的行业代表分享了各自市场的特点与合作机遇。

Piacenza 1733 亚太运营总监 Emanuele Iannitto 指出，合作式产品开发是提升韧性的关键，尤其面对注重质量、可持续性及供应链透明度的中国消费者，通过定制化、缩短周期和创新功能性面料的合作，有助于提升品牌溢价，缓解成本压力并保护知识产权。

日本丸佐株式会社董事塚原祐二分享了日本纤维产业在技术开发、印染加工、生产管理及可持续发展方面的优势，表达了未来深化中国市场调研、加强与中方伙伴共同开发新面料的意愿。

俄罗斯时尚产业协会主席 Tatiana Belkevich 介绍了西方品牌退出后俄罗斯市场对高品质产品、面料及中大型合同制造的迫切需求，并表示协会通过 B2B 展会平台积极对接国际资源，已与中国相关商会合作，为中国面料、纱线等供应商进入俄罗斯市场铺路搭桥。

吉尔吉斯斯坦纺织服装协会秘书长 Elaman Osmon Uulu 则强调了中古两国在纺织领域的互补性：中国提供原料与技术，吉国提供劳动力及通往1.8亿人口的欧亚经济联盟零关税市场。他呼吁在产业集群建



会议搭建了“全球视野”与“本土经验”交融的桥梁。

设、设备升级和电商拓展等领域深化合作。

尼日利亚服装鞋帽工厂协会主席 Joseph Ikpe 介绍了尼日利亚纺织业在政府支持下迎来的复苏机遇，以及市场对融合文化元素设计的青睐。他欢迎国际投资者利用当地的劳动力资源、自贸区政策及协会汇聚的庞大产业网络，开拓西非市场。

企业实践展担当，硬核技术促转型

在实践层面，多家领先企业分享了他们在构建韧性供应链、推动可持续发展方面的创新探索。

溢达集团商业拓展副总裁蔡崴介绍了集团从棉花选育到品牌运营的垂直一体化实践，以及在新疆持续研发长绒棉、推动无水染色技术、建设智能工厂，实现卓越制造与环境保护双赢的案例，展现了其应对挑战、坚守可持续发展与提供优质就业的决心。

Coloro 上海首席战略官 Detlev Pross 聚焦色彩管理，指出色彩影响90%的消费决策。他介绍了Coloro推出的QTX统一数字色彩标准，通过数字化工具和AI技术，可将色彩开发流程缩短80%，显著提升供应链效率并降低碳排放。

江苏云蝠服饰股份有限公司副总经理蓝建雄分享了企业通过多元化区域布局、挖掘内需潜力、把握RCEP机遇、推动IP联名与国潮设计、应用AI与绿色技术等策略，构建弹性供应链网络，实现从“中国制造”到“中国韧性”的跨越。

伊帆特新材料科技(上海)有限公司技术副总梁正海展示了eVent® Fabrics应用的“直接透气”技术如何在户外运动市场实现防水与透气的平衡，并介绍了公司在可持续发展方面的长远布局与减碳目标。

宜宾丝丽雅供应链管理有限公司可持续发展部经理李晓霞分享了其“T2T”废旧纺织品循环再利用解决方案，通过核心技术将消费后棉质纺织品转化为高纯度再生纤维，形成从旧衣到新衣的闭环模式，为全球绿色转型提供中国样本。

深圳市环思硅纳智能科技有限公司总经理李宁则聚焦AI视觉技术在解决传统人工验布痛点上的应用，介绍了其AI智能验布方案在提升验布效率、统一标准、降低成本方面的显著成效，展示了数字化技术赋能传统环节的巨大潜力。

本届大会通过思想碰撞与实践交流，为全球纺织服装产业指明了在竞合中重构、在创新中跃升的发展路径，为推动构建更具韧性、更可持续的全球供应链生态系统注入了新动能。**TA**



“出海计划”启动标志着柯桥纺织业正从卖产品迈向创品牌的新阶段。

“双电融合”驱动流通变革

2025 中国纺织市场大会召开

■ 李芳 / 文

在全球贸易格局重塑、数字技术加速渗透的背景下，中国纺织服装流通领域正迎来跨境电商与国内电商双轮驱动的新阶段。11月7日，以“双电融合·链通全球”为主题的2025中国纺织市场大会在浙江绍兴柯桥隆重举行。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏，中国纺联流通分会会长徐建华，中国纺联新闻办公室主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰，绍兴市柯桥区委常委、绍兴柯桥经济技术开发区党工委书记、马鞍街道党工委书记徐松杰，以及来自市场商圈、产业集群、地方协会、电商平台、产业链相关企业代表等300余人出席本次大会，共同探讨新形势下纺织服装流通领域的数字化转型与全球供应链重构新路径。

汇聚柯桥，共绘流通新蓝图

夏令敏在致辞中指出，“双电融合”已成为行业变革的核心动能，其本质是以数据为驱动，实现从国内消费潜能激活到国际市场拓展的全链路贯通。他提出三点建议：一是以科技创新夯实“双电融合”数字基座，加快AI与大数据在柔性供应链中的应用；二是以品牌建设为核心，推动中国制造向全球品牌跃升，走出低价竞争；三是以生态共建为基础，打通产业链、供应链、数据链堵点，为企业出海提供支撑。

徐松杰在致辞中介绍了国际纺都在“双电融合”方面的实践。他指出，柯桥正全力构建“直播+平台+跨境电商”三位一体的融合发展机制，并已取得显著成效，今年1—8月跨境电商出口额达105.52亿元。柯桥正通过专项政策和总投资约48亿元的轻纺数字贸易港等举措，努力实现从依靠“一块布”连接世界到依靠“数据链”拥抱全球的跨越。

权威解析，双循环格局下新体系

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长王微指出，全球正经历百年未有之大变局，大国博弈、地缘冲突及新一轮技术革命正深刻推动全球产业链供应链重塑与调整。在此背景下，中国正加快形成内需主导、消费拉动的内生增长发展模式。随着全国统一大市场建设的推进，国内消费展现出“向稳向新、韧性增强”的特征，其中服务消费、数字绿色消费成为增长新动力。未来，国内需求将成为促进国内国际双循环相互促进的主要动力，中国超大规模的“世界市场”正成为参与全球竞争的新优势。

中国纺联产业部主任刘欣分析称，行业正处于深度调整期，2025年前三季度规模以上企业营收和利润同比分别下降3.8%和7.2%。但国内市场韧性突出，线上消费快速增长——防晒服饰销售额同比增长210%，新中式服饰搜索量激增580%。她指出，超过半数受访企业将“产能升级”作

为投资重点，应通过技术改造和产品创新构建现代化产业体系。

徐建华强调，流通环节是行业升级的“主战场”。在供求关系逆转、消费者成为稀缺资源的时代，专业市场要从“供给推动”转向“融合创新”。他提出两大任务：一是以“数智化”为核心基础实现商业模式创新；二是以“品牌化”迎接存量竞争的“下半场”。同时，他呼吁市场借鉴柯桥、常熟、洪合等地的成功经验，加快与跨境电商、市场采购贸易的融合。

平台赋能，揭秘产业带增长新机遇

会上，来自全球速卖通和小红书的代表，分享了电商生态的最新趋势与机会。

全球速卖通产业带运营专家汤田伟介绍，平台买家增长45%、订单增速达60%，正通过签约马东锡、汤唯等明星的举措，推动在海外实现本地化营销。他介绍了两种适配模式：一是“POP自运营”，商家自主定价、灵活运营，S/A级商家可享“提前放款”“履约罚金返还”等激励；二是“全托管”模式，平台包揽运营、物流和售后，帮助中小企业低门槛出海。

小红书时尚运营经理渡法则展示了内容电商的强劲势头。平台4亿月活跃用户使其成为“潮流发源地、消费决策场”。她提出“321经营一本通”，指导商家从账号定位、笔记测款到直播转化，形成“笔记—直播—群聊”的闭环，还介绍了“0成本开店”“百万免佣计划”等新策略，为产业带商家提供新增长机遇。

“双电融合”，柯桥跑出产业升级加速度

作为全球最大的纺织品集散中心，柯桥不仅是大会举办地，更是“双电融合”的实践样本。据了解，2024年柯桥市场成交额突破4000亿元，线上交易额达15.39亿美元，同比增长66.43%。数字化、品牌化和跨境化正成为柯桥产业升级的三大引擎。

大会期间，“柯桥时尚星链计划”正式启动，《柯桥优质供应商名录》同步发布，整合百家优质供应商，为全球买家提供一站式寻源指南，让柯桥面料闪耀全球。同时，“国际纺都优质面料深度出海计划”也宣告启动，标志着柯桥纺织业正从卖产品迈向创品牌的新阶段。该计划将以数字化工具为支撑，推动企业构建本土化运营能力与柔性跨境供应链，实现品牌、服务与数据的协同出海。

“双电融合·链通全球”不仅是大会主题，更是纺织服装流通领域高质量发展的必由之路。未来，随着全球产业链加速重组，流通领域将以“双电”为引擎，构筑“线上线下、内外一体”的新格局，推动中国制造加快走向全球品牌。TA

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

低碳节能 纺织行业新引擎





会上，高品质莱赛尔纤维及制品项目——优品“纤”选正式启动。

科技协同、韧性发展， 棉纺织科技“十五五”再提升

■ 本刊记者 _ 陶红

为推动棉纺产业链协同创新，以科技为核心动能引领纺织行业高质量发展，11月13日，“天门纺机”第四届中国棉纺织科技大会在浙江省绍兴市召开。

大会以“科技协同 韧性发展”为主题，深入探讨智能化、数字化如何重塑生产模式、提升效率与柔性，聚焦从纤维、纱线到面料的全链条产品创新，以新材料、新工艺满足消费升级需求的高附加值产品开发，同时着力打通产学研创新链条，促进高校、科研院所与企业协同发力，共同推动关键核心技术攻关与成果转化应用。

凝聚共识，科技驱动产业变革

科技是第一生产力、第一竞争力，也是行业提升效率的工具，更是推动行业在发展模式、价值创造和组织形态上发生根本性变革的核心力量。

“虽然外部形势充满不确定性，但通过技术进步推进行业发展的道路是确定的。”中国纺织工业联合会副会长杨兆华在致辞中表示，经过200多年的发展，棉纺织产业经历了数次工业革命，每一次的科技突破发展都给产业带来新生和蜕变。当下行业又迎来了以AI为代表的新一轮科技变革，新的机遇又一次摆在了行业面前。

对棉纺织行业科技发展，杨兆华提出以下看法，一是科技是驱动棉纺织行业多维度高质量发展的重要支撑。当前棉纺织行业的科技创新正在从生产制造、产品研发、绿色发展到供应链管理等多个维度驱动着行业的全面进步和高质量发展。无锡一棉、大生集团、江苏联发、安徽华茂等棉纺织企业成为我国传统产业以科技促升级的优秀典范。二是科技是棉纺织行业培育新质生产力、实现模式转型升级的重要路径。科技将为行业“+金融”“+服务”的模式转型提供路径支撑。三是科技是棉纺织行业优化提升产业、构建现代化产业体系的方向。下一步棉纺织行业将根据“十五五”规划建议，研究制定棉纺织行业“十五五”发展指导意见。

作为行业科技信息服务的重要平台与载体，全国棉纺织科技信息

中心、《棉纺织技术》期刊通过多途径搭建行业科技信息与服务共享平台。全国棉纺织科技信息中心主任、《棉纺织技术》期刊社长王杨俊表示，近年来，国家密集出台了一系列支持科技创新的政策，为行业的科技发展指明了方向。作为棉纺织行业的科技工作者，应当重点关注四方面工作：聚焦“卡脖子”难题，实现自主可控；强化基础研究，夯实创新根基；深化融合应用，赋能转型升级；坚持绿色引领，推动产品创新。

绍兴文理学院院长赵阳介绍了绍兴文理学院的基本情况。今年是学校发展的关键之年，当前学校正全力冲刺更名大学的“最后一公里”，全速推进博士学位授予立项建设，加快建设国内一流的城市综合性大学。承办本次大会的纺织科学与工程学院是培养应用型人才起步早、特色鲜明、成效显著的二级学院，为绍兴及周边纺织行业培养和输送了一大批高素质纺织类专业人才，活跃在产业一线，为纺织产业的焕新升级和高质量发展提供了人才智力支撑。希望专家、同行对绍兴文理学院的建设发展尤其是纺织科学与工程学院的学科专业建设多提意见，欢迎来学校考察指导交流。

湖北天门纺织机械股份有限公司总经理焦伦进表示，40余年来，天门纺机深耕并条机领域，以优质产品、服务及品牌引领行业发展。双眼自调匀整并条机获棉纺企业广泛应用，显著提升了纱线质量与生产效率，成为纺纱企业必备装备；“并条工序全自调匀整”理念亦获得客户认可，有效改善纱线和布面质量。技术创新方面，TM1系列并条机已成纺织行业主力产品，T2系列产品正逐步推向市场，搭载智能在线检测、一控多轴多台及数据管理云平台技术的“产线联动”并条机引起了业界广泛关注；智能化进展方面，智慧工厂建设在稳步推进中。他指出，天门纺机始终关注行业的最新动态和前沿技术，也希望与业界加强沟通与合作，携手发展。

开幕式上，还启动了高品质莱赛尔纤维及制品项目——优品“纤”选，举办了“白鲨杯”第十六届全国大学生纱线设计大赛颁奖典礼。

产业洞察，系统规划高质量发展蓝图

主题报告环节，中国棉纺织行业协会会长董奎勇作题为“棉纺织行业‘十四五’科技发展成就及‘十五五’发展设想”的报告，分析了棉纺织行业经济运行情况、行业发展环境的变化，以及棉纺织科技创新存在的问题与挑战。

回顾棉纺织行业“十四五”科技发展，董奎勇表示，“十四五”期间，棉纺织行业在科技创新方面取得显著进展，在提升设备硬件水平、深化智能制造与数字化转型、推进绿色发展、深入产品研发等方面均有所突破。尽管行业面临多重挑战，但科技创新带来新的增长动能，为行业高质量发展奠定更加坚实的基础。

展望棉纺织行业“十五五”发展，董奎勇系统提出了八大发展方向：夯实产业基础，优化产业结构；强化科技创新，创造行业未来；紧扣时尚健康，改善产业生态；深化绿色发展，践行“双碳”战略；强化社会责任，提升行业形象；聚力人才培养，保障持续发展；维护行业秩序，避免内卷竞争；坚定发展信心，保持战略定力。

在棉纺织行业“十五五”科技发展设想上，他提出“多、快、好、省”与“温、柔、适、速”的基本建议，强调在扩大产线产能、提高生产效率、提升产品质量、节约能源资源的同时，要注重与消费者的有温度连接，建立包容的组织柔度，把握创新的适度原则，加速创新成果的落地。对于棉纺织科技发展重点工程，他提出，要聚焦智能制造与数字化转型、工艺创新与产品研发、关键技术突破与基础研究、创新体系建设。

创新聚能，共探前沿科技与实践落地

此外，来自企业、院校的多位专家从产业发展与科技创新、智能制造与数字转型、市场趋势与产品创新、绿色科技与可持续发展等多个维度分享了精彩报告，共同探讨纺织行业的前沿创新与可持续发展路径，为产业高质量发展提供了前瞻洞察与实践方案。

东华大学副校长陈革作“纺织智能制造系统构建：从关键技术到数据安全”的报告，介绍了纺织生产发展经历的机械化、自动化、信息化、智能化4个阶段，以及数字化和智能化制造的内涵、纺织生产中的典型案例。“十四五”期间，我国纺织智能制造取得重要进展，AI技术已经融入纺织生产，涌现出一大批卓越级智能工厂、优秀系统解决方案供应商等。在智能制造系统的构建方面，他解析了物联网技术、大数据分析技术、人工智能技术、机器人技术、数字孪生技术等智能制造关键技术。

湖北天门纺织机械股份有限公司总经理焦伦进作题为“新产品、新思维——引领纺企高质量发展”的报告，详细介绍了并条工序技术创新的重要性及方向、并条机技术创新、自调匀整技术在并条机上的应用。随着纺织行业对技术装备的要求越来越高，新技术与科技发展日新月异，人工智能不仅能为纺纱装备赋能，更能有效降低人力资源成本，并条机技术也将朝着高速、高质、高智、低耗、绿色环保的方向大步迈进。

绍兴文理学院纺织科学与工程学院教授邹专勇在“新型纺纱技术在毛混纺纱产品开发中的应用”的报告中介绍了转杯纺技术和喷气涡流纺等新型纺纱技术的发展演变、产业现状、成纱过程与机理、产品优势等，并基于面向消费者的纱线产品设计和开发思路，系统阐述了转杯纺技术和喷气涡流纺在毛混纺产品开发中的现状、生产要点等，为新型纺纱技术纱线产品开发多样化提供了思路。他表示，未来，新型纺纱技术的应用还有很大空间，特别是在差异化特殊产品

棉纺织行业“十五五”科技发展，
既要“多、快、好、省”，
又要“温、柔、适、速”。



会议现场。



会场外设立了科技成果展示区。

开发方面具有显著优势。

“纤维伸长率是影响纱线伸长率的关键参数，也是企业采购纤维时的一项重要考量因素。”美国国际棉花协会技术顾问利文·维拉斯特在“纤维与纱线伸长率对织造性能及织物质量的影响”的报告中指出，其团队对比了印度、巴西、美国、澳大利亚等不同产地的棉纤维伸长率，并探讨其对纱线伸长率、织造性能、织物伸长率和织物耐用性等的影响，结果显示美国棉花具有较高的伸长率，可赋予纱线更高的伸长率，使其在后续织造断头更少、织造效率更高、织物疵点更少，并在使用中表现出良好的耐洗涤性能。

此外，东华大学教学主任、教授高品作“医用纺织品的研究与进展”报告；浙江省现代纺织技术创新中心新型纺纱与差别化纱线中试平台负责人方斌作“差别化纱线开发为传统面料科技赋能”的报告；青岛双清智能科技有限公司销售总监周杰作“AI验布与筒纱自动打包如何重塑效率与成本”的报告；日照裕华机械有限公司副总经理葛树厂作“智能纺纱装置赋能企业降本增效”的报告；吉林化纤集团有限责任公司华绒纺丝车间主任马小龙作“华绒产品的多元化开发与应用”的报告；江苏联发高端纺织技术研究院新品研发中心副主任汤成坦作“浅谈纺织新产品的研发设计及管控”的报告；杭州新天元织造有限公司总监王慧敏作“更环保的再生可持续时尚产品开发”的报告；愉悦家纺有限公司针织研发总监周艺作“针织家纺产品创新案例和趋势分享”的报告；上海创织纺织科技有限公司总经理段武海作“纤维×品牌需求：棉纺织企业的产品创新与供应链价值提升”的报告，集中分享了纺织行业科技发展最新成果与创新实践。

会议同期还举办了2025中国棉纺织高质量发展智库峰会、《棉纺织技术》第二十七次编委会、中国纺织工程学会第27届理事会棉纺织专业委员会成立会暨第一次工作会议、“白鲨杯”第十六届全国大学生纱线设计大赛评审等多项配套活动。会议期间还设立专门的科技成果展示区，展示了来自高校、科研机构、棉纺织企业的科技成果、新产品、新技术、新设备等，促进科技成果与企业需求的精准对接，推动科技成果转化与产业化应用。

本次会议由中国棉纺织行业协会、全国棉纺织科技信息中心主办，湖北天门纺织机械股份有限公司冠名，青岛双清智能科技有限公司、日照裕华机械有限公司（日照品特裕华纺织科技有限公司）、吉林化纤集团有限责任公司、美国国际棉花协会协办，《棉纺织技术》期刊社、绍兴文理学院承办。TA



本届展会四馆多展、全链共融，实现规模化与实效性双突破。

实效超预期，冲刺“全年红”！

2025 柯桥秋季国际纺博会圆满收官

■ 本刊记者 王利

创新浪潮奔涌，商贸成效显著。11月8日，为期三天的2025中国绍兴柯桥国际纺织品博览会（秋季）（简称2025柯桥秋季国际纺博会）在绍兴国际会展中心圆满收官。4.8万平方米展览面积、2600个展位、超800家优质展商、六大专业展区、十余场精彩活动……这不仅是一个产品展示、对接交流的商贸平台，也是一次全球纺织人的团圆盛宴，更是推动新质生产力与产业融合的重要枢纽。

展会期间，中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲，中国商业联合会副会长马巍、中国纺织工业联合会秘书长夏令敏、中国纺织工业联合会副会长李陵申、阎岩等行业领导，以及柯桥区领导袁建、吴海洋、丁贵、李彰等参观展会现场。在参观过程中，孙瑞哲一行与参展商和采购商深入交流，详细询问产品研发、科技创新、市场拓展及智能化生产设备应用等情况，认真了解企业在国际市场开拓、绿色转型实践与时尚创意设计等方面取得的创新成果，鼓励企业坚定发展信心、抢抓“双循环”机遇，持续深化产业链协同创新，打造竞争优势，探寻发展增量，不断提升柯桥纺织的国际影响力和时尚话语权。

本届纺博会继续秉持“国际、时尚、绿色、高端”理念，以“智汇新趋势 融链共未来”为主题，分别设立新质材料、纺织面料、纺织机械、数码印花、时尚设计、国风服饰六大展区，打造以面辅料为主体，上下游融通的系列

展会，为行业带来一站式全产业链解决方案。从科技创新到绿色风潮，从新品发布到高效对接，从数字赋能到全球布局，本届展会精品荟萃、名企云集，不断延伸专业展会价值内涵，为采供双方搭建起通往全球市场的快速通道。

三天时间，展馆内人流络绎不绝，各国采购商带着精准需求纷至沓来，中文与英语交织的洽谈声不绝于耳。展会落幕，商机不止。展会现场萌发的创新火种和合作契机，将通过产业链的传导与放大效应，持续为上下游合作共赢注入澎湃动力，为“十四五”收官之年行业企业冲刺“全年红”提振信心底气。

新产品与新商机齐绽放，引领产业升级新航向

走进2025柯桥秋季国际纺博会现场，仿佛看到一幅科技、时尚、绿色与健康交织的“未来画卷”。绿色科技、环保健康、功能叠加的新产品、新技术同台竞技，新商机与新动能持续涌动，共同驱动纺织行业创新升级。

在新质材料展区，中国轻纺城纺织新材料中心的展位格外引人注目，无锡一棉、魏桥纺织、太极石股份、东华纺织、禾素时代等国内龙头企业和细分领域领军企业齐聚，带来生物基材料、智能控温纤维、多功能叠加纤维、循环再利用纤维等最前沿的新材料、新技术。中国轻纺城集团

相关负责人表示，希望通过引进国内顶尖的纤维材料企业，引导具有创新能力和原创意识的经营户从纤维源头进行革新，提升产品竞争实力和企业综合实力，以点带面带动中国轻纺城市场整体升级，探索新质生产力发展新路径。

2025柯桥时尚设计展（秋季）精心打造“柯桥时尚周”十周年回顾展、“柯桥优选”展区、赛事成果创新展区三大特色板块，不仅串联从面料到服装的全链条创新成果，更在科技赋能、绿色引领、品牌升级与人才孵化等多维度，全方位展现柯桥纺织产业十年来高质量发展的硬核实力与时尚魅力。“柯桥时尚周”十年回顾展以“经纬十载锦绣‘拾’尚”为主题，通过“科技、时尚、绿色、开放”四大单元，以及金晟纺织、大树纺织、宇华控股等代表企业的最新产品，呈现了十年间柯桥时尚周推动产业升级的辉煌历程与光辉成就。

尖端的新质材料、前沿的时尚创意如何落地转化？面料是关键载体。作为业内公认的“坯布大王”，浙江科旺纺织有限公司本届展会展示了真丝、亚麻、醋酸、天丝、羊毛、人丝、莱赛尔、铜氨丝、石墨烯、锦纶等材质的素色及大提花、剪花类中高档混纺面料。“淡季吸纳优秀人才、潜心研发创新，旺季保质保量、兼顾统筹环保与效益，1—10月公司销售同比增长了12.6%，今年我们积极拓展外贸市场，本届纺博会接待的许多国际客户，将为我们后续发展外贸注入强大的动能。”董事长助理柯力军说道。

国际化与数字化双赋能，构建展会价值新引力

立足打造“国际纺织会展中心”定位，多年来，柯桥国际纺博会依托“产业+市场”的独特优势，不断提升“国际化、时尚化、专业化”水平，2023年成功通过UFI认证，其专业性与国际影响力不仅获得权威认可，更得到纺博会展商高度认可。

作为柯桥纺织外贸领域的龙头企业，绍兴柯桥木林森针织有限公司已与柯桥纺博会携手同行八年，每次参展都能取得良好的参展效果，产品远销共建“一带一路”的70余个国家和地区。展会现场，木林森展示了聚酯、TR、粘胶等针织面料，府绸、棉缎、雪纺、桃皮绒、TC等数码印花梭织面料，可广泛应用于时尚女装、运动休闲、西服衬衫等领域，吸引了不同肤色的国际采购商驻足展位交流洽谈。“截至目前公司销售额累计达3亿美元，同比增长15%以上，本届纺博会现场与许多国际新老客户达成合作意向，今年公司业绩将更创新高。”公司



副总经理汪红飞说道。

“万物皆可印”是屹男集团在本届秋季纺博会推出的核心理念，从服装服饰到手袋笔记本都能表现艺术花布的高质感。展会现场，棉、麻、天丝、涤纶及混纺等材料的高档印花面料得到国内外客户广泛青睐。据公司新模式发展项目负责人陈建志介绍，屹男集团坚持科技赋能与绿色制造并重，各类纺织品印花及染整年加工产量合计逾3亿米，每月自主研发花型300多款，满足了ZARA、UNIQLO等重点国内外品牌的多元需求。公司以大数据赋能打造的品牌花布官网，目前超过100000款花型，正在服务数千位国内外设计师的应用需求。

本届纺博会积极构建高水平开放平台，通过国际采购团邀约与数字化手段相结合，助力展商挖掘内需市场、开拓多元国际市场，抢抓“双循环”新机遇。据了解，本次纺博会深化“信息化”办展理念，通过数字纺博会和“浙里探馆”延伸展会服务内涵，并深度联动纺织领域达人，构建从“线上内容种草”到“现场互动直播”的完整传播链条，线上观众突破20万人次，全方位放大展会价值与影响力。

规模化与实效性双突破，打造全链共融新生态

从纤维纱线到先进设备，从创新面料到时尚服装，纺织产业链是一个合力而为的生态圈。本届秋季纺博会以畅通产业链、补强创新链、提升价值链、优化生态链为目标，携手第十届国际纺织供应链工业博览会、2025柯桥国际纺织品印花工业展览会（秋季）、2025第七届中国（绍兴）纺织新材料展、2025柯桥国际纺织绣花提花暨国风供应链创新展等同期展会联袂登场，带来四馆多展、全链共融的联动体验模式，实现规模化与实效性双突破。

同时，“四季纺都·千年布韵”系列展区通过产业图腾、山水诗篇、城市风情、布韵梨园、布衲万象、艺融生活等主题，全面展示了柯桥这座古城千年纺织经纬与时代创新的脉搏交织；“预见未来：纺织科创”展区汇聚国内十余所顶尖纺织高校以及头部科技型企业参展，集中呈现近年来纺织业在技术突破与跨界融合中诞生的创新成果；“针尖上的东方美学——江南越秀”展示区集结柯桥多家优秀绣花企业，展示了传统绣花技艺与现代生活的完美融合。

展会同期，“智汇新趋势 融链共未来”——2025柯桥秋季国际纺博会趋势交流暨新品面料对接会、2025中国纺织新材料论坛、智印未来——2025柯桥纺织品数码印花技术创新术论坛以及“数字纺博”系列活动等十余场纺博会配套活动进一步提升展会实效。更值得关注的是，本届纺博会期间2025第八届世界布商大会以及各项高端配套会议论坛同期在绍兴国际会展中心联动举行，形成显著的生态协同与流量叠加效应。

办好一个会，提升一座城。历经二十七载的深耕与积淀，柯桥国际纺博会已从一个地方性专业展会跃升为与上海面料展、广交会面料展并驾齐驱的行业标杆。盛会的落幕是下一个精彩的新起点，柯桥国际纺博会将继续以昂扬的姿态，沿着“国际、时尚、绿色、高端”的道路坚定前行，与全球纺织同仁共赴高质量发展新征程，擘画“十五五”时期崭新篇章。





趋势前沿与商机落地共振

2025 柯桥秋季国际纺博会趋势交流暨新品面料对接会举办

■ 本刊记者 _ 唐小狄

当前,中国纺织工业正步入以“品牌化、时尚化、绿色化、数字化”为方向的深度转型期。在“AI+ 纺织”融合创新的推动下,智能设计、柔性生产与可持续管理正深刻重塑着产业格局。面对这样的变革浪潮,纺织行业应如何把握趋势、链接资源,共同塑造未来?

11月6日,“智汇新趋势 融链共未来”——2025柯桥秋季国际纺博会趋势交流暨新品面料对接会于绍兴国际会展中心举行,围绕纺织服装行业当前涌现的新趋势、开辟的新渠道、构建的新模式等展开分享与深入探讨。同时还组织了来自全国的二十余家品牌服装企业与柯桥本土优质面料企业进行精准对接,为构建开放协同、创新驱动的行业新生态提供了重要平台。

趋势前瞻：打造面料企业未来“价值增长”新范式

中国十佳时装设计师、LIQINGWEI 品牌创始人李清伟从设计师的角度,探讨了商业与面料设计之间的内在联系。在如何通过面料设计构建品牌这一问题上,他着眼于“文化、价值观、商业趋势与服装本身”四个维度。他认为,面料设计既要传递品牌的文化深度与价值主张,也需呼应市场动向,并回归服装的功能与美感。在产品层面,他强调精选面料、精细工艺与可持续设计相结合,构建“贴心微定制”等差异化优势。此外,他还致力于在“尊重设计、敬畏自然”的理念下,借助AI技术推动可持续设计,探索品牌在商业与环境责任之间的平衡路径。

精准面料体系构建者、TEA. 纺织汇会长潘申洪提出的精准面料企划体系致力于构建“横向到边、纵向到底”的企业综合能力。该体系将面料企划作为前端驱动力,深度融合供应链管理、产品研发与品牌建设,形成一体化运营架构。在具体产品层面,从“品牌调性”和“设计主题”出发,聚焦于打造产品的核心卖点,他指出,通过为每件单品注入清晰的“产品故事”与卖点,整合推广资源,实现从创意到市场转化的高效输出。

针对当下面料企业成本高、效率低的难点痛点,艺栖品牌管理商务总监、前迪士尼设计师、AI资深运营专家宋娇带来了yibaiaigc平台。该平台通过AI技术为产业提供一站式解决方案,精准应对从设计到营销的全链路挑战。这不仅是工具升级,更是行业工作流的重塑。AI的介入,正推动纺织服装业从依赖经验的传统开发模式,向以数据驱动、快速响应的数字化方向转型,为整个行业的降本增效与智能化升级提供了切实可行的路径。



会议现场。

精准对接：畅通上下游商贸新渠道

从棉麻毛丝到纺织新材料,从单一组分到多组分混纺,从常规面料到功能性“黑科技”,从染色到印花、绣花、烫金等后整理工艺,柯桥面料企业凭借品类多元、品质高端的产品矩阵,充分展现了“科技、时尚、绿色、健康”的产业新生态。

紧随趋势交流分享会,三润服饰、绮丽集团、星光尚仄、盛和进出口等来自全国各地20余家优质服装企业携精准采购需求与柯桥近百家优秀面料企业展开深度对接,围绕双方实际诉求,共同打造专业、高效、可落地的商贸合作平台。

在对接会现场,柯桥面料企业带来了丰富且极具市场竞争力的产品阵列。浙江腾侠纺织品有限公司展示了TR羊毛、TR冰凉丝、天丝醋酸等系列面料,兼顾质感与功能性;绍兴多帛纺织则聚焦天丝麻、醋酸、棉锦、竹纤维等天然环保纤维的开发与应用;绍兴直白纺织品有限公司带来的天丝亚麻等产品,以其天然的肌理感和透气特性,也吸引了众多关注可持续风格的品牌方……这些创新产品不仅是企业技术实力的体现,更为下游品牌提供了切实可行的解决方案。

采购商多元而明确的需求在对接会现场获得了高效响应,充分彰显了本次对接会凭借精准匹配推动实质合作的平台价值。绮丽集团此次参会主要寻求瑜伽服、泳衣等运动类面料,以及空气层和各类休闲面料。采购部经理刘家玉在对接后表示:“运动板块是我们公司新拓展的业务方向,需要快速找到匹配的供应链资源。这次在对接会上找到了多款符合要求的运动类和休闲类面料,无论在材质还是功能性方面都令人满意,为我们的新品开发提供了有力支持。”

TUMETEX株式会社在对接会上找到了数款含有二醋与羊毛成分的面料,这些产品符合公司对环保属性的要求。与此同时,他们也致力于发掘具有“故事性”的产品。总经理野村佑介表示:“面料不仅是一种原材料,更是一种文化产品。如今客户在关注品质的同时,也越来越希望了解其背后的故事。通过此次对接会,我们也看到了柯桥面料所蕴含的更多可能性。”

本次活动通过三场聚焦行业前沿的趋势分享,探讨了面料企业通过设计、科技与精准企划实现价值提升的具体路径;同时借助精准对接会,为供需双方搭建了直接沟通与合作的桥梁,有效促进了创新理念与市场需求的对接。

Focus / 聚焦

2025“布行天下”国际面料采购中心对接会：链通上下游 赋能新发展

■ 本刊记者 _ 唐小狄

11月7日,2025“布行天下”国际面料采购中心对接会在中国轻纺城成功举行。本次活动以“链通上下游,赋能新发展”为主题,旨在通过高效的商贸配对,促进面料供应商与服装品牌商的精准对接,为产业链的协同创新与价值提升注入新动力。

柯桥面料企业凭借其深厚底蕴与创新活力,精准把握并引领着全球纺织潮流。它们立足材料创新,拓展产品形态,并融合多元后整理工艺,构建起品类丰富、品质高端的产品矩阵,这正是柯桥诸多纺企能够敏锐响应全球市场需求的核心竞争力。

绍兴直白纺织品有限公司带来了含羊毛、天丝、醋酸等绿色原料的产品,总经理陶宏亮表示:“本次对接会将采购商的要求提前告知并且现场打印出来,对于我们来说能够快速找到合适的采购商进行对接,目前已经和3家采购商商量寄送样品等相关事宜了。”绍兴广展纺织品有限公司聚焦于职业装、高定服装等面料的开发,在本次对接会上带来了近50款面料,涵盖TR、棉麻、色织等产品,也与上海凯富亿智能科技有限公司负责人交换了联系方式,并后续安排寄送样卡等内容。

活动现场,各位采购商带着明确的需求,也陆续找到心仪产品。“本次的对接会能够拓展我们获取面料的渠道,也看到了很多亮眼的产品。”吉林省艾萨克科技有限公司负责人兰天表示,有一款特别的棉服面料,通过三层不同材质与性能的面料复合,实现了多种实用效果。同时,本次对接会的举办时间也与他们公司的规划周期相符,为明年新品开发提供了不少灵感。

上海凯富亿智能科技有限公司设计总监周雅表示:“这次对接会比以前更加精准,来找我们谈合作的企业所带来的面料基本上都符合我们的需求。”她提到,在此次对接会上,有一款保暖类面料令她印象深刻——其创新性与高性价比特别适合运用于工装面料,有助于公司提升产品竞争力。此外,另一款在工装面料上运用镂空工艺的产品,也为她在服装开发中注入了更多时尚可能性。

优中选优,“柯桥优选十佳产品”出炉

近日,经过严格的资质审查、评审与终评,2025年度“柯桥优选十佳产品”获选名单正式揭晓,浙江东进新材料有限公司、浙江大树纺织科技有限公司等十家企业凭借其卓越的产品力脱颖而出。这份名单的公示,标志着柯桥在推动区域纺织产业向高端化、品牌化、国际化转型升级的征程中,又迈出了坚实的一步。

本次“柯桥优选十佳产品”评选,是在成功完成三期“柯桥优选”面料评选活动的基础上,进行的一次“优中选优”。据悉,此前开展的三期评选活动,在中国纺织信息中心、纺织产品开发中心、绍兴市柯桥区人民政府及中国轻纺城建设管理委员会等多方力量的支持下,累计吸引了1729款面料参与申报,最终有123款产品荣获“柯桥优选”A类称号,590款产品获评B类称号,充分展现了柯桥纺织企业旺盛的创新活力与扎实的产品功底。此次十佳评选,正是从



对接会以高效的商贸匹配成功串联起面料产业上下游。

据了解,中国轻纺城国际面料采购中心总占地面积36万平方米,总建筑面积达19.9万平方米,建有营业房3100余间。市场以高档时装面料、衬衫布、毛纺及绣花面料等为主营方向,同时积极引入设计师工作室与“促布成衣”等新兴业态,充分契合了现代专业市场的发展趋势与商贸需求。其中,引入的成衣选品平台——梵诗优品,致力于为面料企业和服装品牌提供从样衣开发到成衣转化的一站式服务。该平台以深圳为创新中心,通过整合设计打样与生产资源,构建起覆盖创意落地与成品输出的完整服务链,有效推动面料产品的时装化与商品化进程。

本次对接会的举办,以高效的商贸匹配成功串联起面料产业上下游。活动通过将采购商需求前置匹配、现场高效对接等“引进来”的关键举措,不仅为采购商拓宽了优质面料渠道、激发了新品灵感,更帮助面料企业精准锁定客户、快速推进至寄样及合作洽谈,显著提升了商贸效率。中国轻纺城国际面料采购中心正通过引入“促布成衣”平台等新兴业态,致力于打通从面料到成衣的全链条服务,从而有力推动柯桥从“全球面料集散中心”向“时尚策源地”的深刻转型与价值攀升。

这些已获认可的优质产品中,再度遴选出最具代表性的市场标杆与创新典范。

“柯桥优选”,作为绍兴市柯桥区倾力打造的区域纺织品公共品牌,承载着柯桥纺织产品求新求精的匠心、纺织企业求新求变的初心、纺织产业求深求远的决心、纺织品牌求胜求强的恒心,以及“中国制造”向“中国创造”、“中国产品”向“中国品牌”转变的雄心。

2025年,柯桥区携手中国纺织信息中心,对“柯桥优选”品牌进行了深化合作与全新升级。这一战略举措,旨在通过系统性的品牌培育、标准制定与市场推广,将“柯桥优选”打造成为高品质纺织面料的代名词,为区内优质纺织企业开辟更广阔的发展空间,提供更切实有效的市场机遇,从而整体提升“柯桥纺织”在全球价值链中的地位。(边吉洁) TA

勇攀科技高峰 引领需求升级

2025 纺织高训班毕业典礼在泉州举行

■ 宁翠娟 / 文

11 月 9 日, 2025 全国纺织复合人才培养工程高级培训班(以下简称“纺织高训班”) 毕业典礼在泉州举行。中国纺织工业联合会副会长端小平、中国化学纤维工业协会副会长靳高岭、中国纺织工程学会副理事长李娟等嘉宾出席毕业典礼。

今年是纺织高训班举办的第九期。从 4 月在北京开班, 纺织高训班陆续走进南通、吉林、上海、洪泽、宁夏、绍兴、萧山、香港、泉州, 通过系统学习产业链基础知识和前沿理论、实地探访科研院所创新路径、深度解码优秀企业转型升级历程, 学员们不仅夯实了纺织技术、生产管理等核心基础, 更在创新思维碰撞与战略格局拓展中积蓄了前行力量。同时, 纺织高训班还串联起油剂助剂、纤维、纱线、面料、印染、服装、产业用等全产业链环节, 打破了上下游企业间的信息与合作壁垒, 加速了产业资源的优化整合与高效联动, 为行业新质发展注入了强劲动力。

“最后一堂课” 深入企业学习交流

11 月 8—10 日, 2025 纺织高训班走进七匹狼、九牧王、安踏、晋江培基渔网有限公司、中纺学石狮产业研究院, 完成了最后一次课程的学习和交流。

中欧时尚研究院院长吴波带来“人工智能时代下时尚品牌的密码”主题课程。他认为, 未来的服装行业将是人与 AI 共同发展的产物, 人的创造力和思维仍然是无法替代的核心竞争力, 而 AI 技术将成为人的助手和合作伙伴, 共同推动行业的创新与进步。如何打造时尚品牌价值? 他提到, 审美力是人工智能时代最关键的竞争力。此外, 他还强调文化赋能将成为撬动品牌价值升级的关键支点。

中国纺织工业联合会国际贸易办公室主任赵明霞带来“我国纺织行业外贸形势及应对建议”主题课程。对于未来发展, 她建议: 一要客观研判经济及市场中长期趋势, 调整规模增量思维, 向上突破强化基于先进制造的效率优势, 提升基于自主、协同创新的差异化竞争优势; 二要加强供应链整合协同, 促进外贸转型升级, 着眼全产业链中长期趋势构建基于协同多元布局的跨国供应链效率优势。

在七匹狼、九牧王、安踏, 学员们深入了解了优秀品牌企业的经营理念与商业思维。

七匹狼深耕夹克领域, 以科技、艺术、文化等为载体创新产品, 持续引领时尚潮流。学员们参观了国内首座以男士服饰文化为主题的工业博物馆, 深度理解了七匹狼的狼性文化、时代印记与时尚演进逻辑。

作为 36 年专注男裤领域的民族品牌, 九牧王始终以“打造全球最好的裤子”为使命, 并持续洞察消费者需求引领行业创新。据九牧王面料开发专家王仕军介绍, 九牧王今年秋冬联合航天一〇一首创科技保暖“太空裤”, 融合了航天黑科技 Aerostech®-T 纤维, 实现“三超三防”的创新突破: 超轻、超柔、超保暖, 抗菌、防皱、防静电——体感轻量化约 15%, 远红外升温约 2℃, 全面解决冬季穿着后顾之忧, 赋能美好生活。

安踏从一家本土的民营企业起步, 经过不懈的努力和创新, 已经成功转型成为一个专注于核心业务、实施多品牌战略、并在国际舞台上布局的体育用品集团。学员们走进安踏“永不止步”博物馆, 深入了解了晋江人



2025 纺织高训班毕业典礼现场。

“敢为人先、爱拼会赢”的精神, 以及安踏品牌的辉煌历程。而安踏 982 创动空间则囊括了安踏、FILA、迪桑特 (DESCENTE)、KOLONSPORT (可隆)、Salmon (萨洛蒙)、Arc’ teryx (始祖鸟)、Wilson (威尔胜)、PeakPerformance (壁克峰) 等多个品牌, 为消费者提供多品牌、多运动品类的体验和消费服务。

在晋江培基渔网有限公司、中纺学石狮产业研究院, 学员们深刻感受到专业深耕与创新驱动的产业力量。

晋江培基渔网有限公司主营高品质拉舍尔无结涤纶渔网布、聚乙烯渔网布等核心网材, 以及缆绳、铅坠绳等配套渔具, 持续深耕细分领域, 凭借技术、产品与市场的多维优势, 在海洋渔业捕捞行业树立了专业口碑。

中纺学石狮产业研究院则立足地方纺织服饰产业, 构建纺织技术研发、纺织科技对接、纺织科普教育三大服务平台, 并探索围绕应用需求为导向的创新创造新模式, 为产业提质增效和转型升级提供了科技支撑。

以技术创新驱动行业向前

在毕业典礼上, 结合本期纺织高训班的学习成果, 端小平对学员们提出三点建议: 一是勇攀科技高峰, 担当行业使命。要主动投身原创性、引领性科技攻关, 敢于直面并破解技术难题; 以技术创新驱动行业向前, 每一项技术突破都有可能为行业开拓新市场、创造新价值。二是深化协同合作, 引领需求升级。要充分利用纺织高训班搭建的平台, 整合技术、人才、资金等各方优势, 以技术创新驱动行业向前; 并保持常态化交流合作, 促进行业形成协同发展的良好生态。三是主动拥抱变革, 坚持终身学习。主动拥抱变革才能在激烈的市场竞争中抢占先机; 持续更新知识储备、提升专业技能, 确保始终站在行业发展前沿。

浙江金彩新材料有限公司副总经理丁利忠在毕业感言中表示, 通过全产业链学习与近距离交流各领域企业家, 不仅收获了许多维度的管理经验, 更积累了潜在的合作资源, 收获颇丰。九期班长、铜陵松宝智能装备股份有限公司总经理阮德智在毕业感言中倡议, 秉持“不让同学吃亏、帮助同学成功”的共同价值观, 通过常态化集体活动增进情谊、深化业务合作促进共赢、共享优质资源赋能发展, 让这份同窗之谊在携手同行中历久弥新。

值得一提的是, 阮德智创新性地将 AI 算法与对学员个性化特征的深度洞察相结合, 为每位学员量身打造了专属封面形象。通过面部特征点精准捕捉, 生成的形象在五宫轮廓、神态细节上高度还原真人, 让学员们亲身感受到 AI 重构行业生态的变革力量。

东方既白, 锦绣在望。第九期纺织高训班的课程虽已落幕, 但这段凝聚智慧与情谊的学习之旅, 并非终点而是新的起点。学员们将带着对行业发展的坚定信心与无限期待, 在创新与发展的道路上紧密相连, 共同书写纺织行业现代化发展新篇章。TA

桐昆·中国纤维流行趋势

2025/2026 总结会在京举行

■ 张冬霞 / 文

14 载坚守, 中国纤维流行趋势的持续发布, 为全球纤维产业的发展提供了样本。11 月 2 日, 桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 总结会在北京举行。

本次发布会以“质尚与致远”为主题, 发布“纤·境界、纤·破界、纤·跨界、纤·无界”四大篇章, 推出 8 大类 30 个流行纤维品种, 全方位解读入选纤维在绿色、科技、智能、时尚、健康等方面的亮点特色, 为产业链上下游企业的战略发展提供趋势指引, 增加纤维品牌对纺织化纤产业发展的贡献率。

在发布现场, AI+ 裸眼 3D 技术等对主题和篇章的生动演绎和形象表达, “李薇·东方新美学”大秀、充满未来主义的 AI 全息投影、桐昆“绒柔丝”仿真纤维和“绿源丝”聚酯混纤制作的高定服装等令人印象深刻。此次发布获全媒体曝光 1.5 亿+, 外文媒体覆盖 3200 万+受众, 96% 企业认可活动价值。中国化学纤维工业协会市场推广部主任王永生表示, 本年度流行趋势工作以“2+3”模式推进, 在赋能化纤

企业、下游及品牌、创新要素三大维度成效显著, 纤维流行趋势与纱线展的联动效应持续放大, 中国纤维全球影响力稳步提升。

桐昆集团已携手中国纤维流行趋势走过五年历程, 期间 550 余家企业申报, 涵盖 900 多个纤维产品, 多数企业建立了自身品牌体系。“五年来, 纤维流行趋势活动主题紧扣行业发展脉搏与时代背景, 精准契合行业不同阶段需求, 展现出强劲生命力与发展潜力, 为整个行业和桐昆均带来显著收获, 成效广受业界认可。”桐昆集团质量管理部经理李国元由衷地说。对于下一个五年合作, 他建议丰富活动内容、深化终端品牌协作与供应链对接, 突出宣传效应、拓展国际影响力, 推动纤维产品在高端领域及国际市场的推广应用。

与会领导专家流行趋势团队充分肯定了中国纤维流行趋势工作 14 年来所取得的丰硕成果。同时大家围绕产业链协同、跨行业联动、用消费者语言诠释纤维价值、挖掘品牌需求等提出建议, 技术与传播端则建议强化 AI 应用、

纤维与品牌双向奔赴，开启科技运动融合之旅

■ 张冬霞 / 文

科技与运动融合, 纤维与品牌共赴, 技术流与艺术流、消费流相遇, 会碰撞出怎样智慧、鲜活的创新创意?

近日, 一段海风, 一程跑——“科技赋能运动”创新沙龙暨千禧体验 RUN 在厦门举行。此次活动汇聚了华峰化学、安踏、鸿星尔克、361°、特步、中乔体育等产业链上下游企业代表, 多位深耕运动领域的 KOL 等, 巧妙串联起户外 RUN 体验与室内深度交流两大环节, 开启了一场有料、有趣、有新意、有温度的运动与科技融合之旅。

“这不仅是一次简单的运动体验, 更是科技与运动碰撞、活力与青春交融的美好时刻。此次创新沙龙暨千禧体验 RUN, 亦是我们从纤维到品牌的全新互动实践和双向奔赴。”中国化学纤维工业协会副会长靳高岭在致辞时表示, 当今时代, 科技正从“衣”到“行”深度重塑运动领域: 从氨纶带来的高弹贴合、伸展自如, 到功能面料的吸湿排汗、抗菌防晒, 从智能穿戴设备实时监测运动数据, 到 AI 算法为跑步提供科学指导, 再到数字化平台搭建运动社交圈, 科技让运动更舒畅、更智能、更高效、更有趣。

赛道上, 跑者们身着含千禧®氨纶的新款跑服畅享运动, 其穿着体验与跑服痛点解决方



沙龙活动现场。

案, 成为创新沙龙破冰环节的核心议题。

沙龙通过“身体记忆解锁术”互动, 快速唤醒跑者共鸣——衣物勒痕、闷热、排汗不畅、异味等问题, 是多数人曾有的困扰。对此, 品牌方给出解题思路: 从纤维与纱线性能入手, 提升面料弹力、柔软度与速干性, 破解勒痕与异味; 结合设计与面料优化, 进一步强化速干效果等。

而千禧®氨纶跑服的舒适体验获得跑者一致认可, 有跑者表示, “我觉得它不像普通的弹力裤那样被动拉伸, 它懂你怎么动, 然后它能适应你的动作, 所以跑起来更贴合、更自如、更顺畅, 宛如‘第二层皮肤’”。这得益于千禧®氨纶的四大核心优势: 高弹性适配运动需求, 耐高温与耐氯性确保多次洗涤后, 弹性回复率仍

推动传播向“情绪价值”升级、加强 C 端传播。

会上, 王永生汇报了桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 的目的、意义、发布内容及重点开展的工作, 分析了发布效果, 分享了后续工作计划。

东华大学材料学院研究员王华平为下一步工作建言: 深化趋势解读, 挖掘行业应对方案; 创新发布形式, 强化场景互动与知名品牌联动; 优化传播, 兼顾专业表达与大众易懂性, 融入科技科普并传递情绪价值, 聚焦热点延伸纤维应用趋势。

“年满 14 周岁的中国纤维流行趋势, 要通过持续创新、聚焦年轻群体需求, 积极防范品牌老化, 保持年轻化活力; 通过明确产品研发方向、提升产品附加值、推动产业链协同创新, 强化对行业高质量发展的引领力; 要不断提升影响力, 既为下游产业提供创新素材与卖点定义, 又紧扣绿色、‘双碳’等国家战略, 并在国际舞台分享趋势研究成果, 展现中国纺织化纤工业软实力。”中国纺织工业联合会副会长端小平说道。TA



洞察时尚密码

从中国国际时装周看行业趋势与变革



本季时装周展现出一个深度转型的中国时尚产业。

中国国际时装周如何成为时尚产业的“超级接口”？

■ 本刊记者_罗欣桐

北京 798·751 园区内，工业遗产的粗犷结构与前沿时尚理念形成奇妙共振，观念碰撞的火花在钢筋水泥间迸发。近 20 个国家超 230 个品牌、400 多位设计师、180 余项秀展活动，首秀首发数量超过 140 场……这些数字背后，是 2025 中国国际时装周（秋季）以更进一步的开放性和跨界性，展现出一个深度转型的中国时尚产业。

秀场上，非遗元素与当代美学用设计无声对话；中国国际时尚论坛上，哥伦比亚驻华大使、中国 AI 技术专家和法国趋势顾问并肩而坐，关于时尚未来的思想碰撞正酣……科技、艺术、商业与时尚的边界被重新定义，在来自不同领域的创变者视觉中，浮现出一幅中国时尚生态的进化图。



国际视野：从参与到共塑

本季时装周的国际步伐显著加速，吸引了更多海外设计师品牌参与，覆盖全球四大洲，海外品牌参与度同比显著增长：全球知名华裔设计师品牌 Vera Wang HAUTE 领衔开启北京展览馆秀场，法国设计师品牌 IRO 携巴黎左岸的摇滚浪漫登场。

国际化程度的提升，不仅体现在参与品牌的数量和地域范围上，更反映在中国国际时尚论坛议题设置的全球视野。从巴黎娜丽罗获 40 周年国际时尚趋势发布，到中俄建交 45 周年时尚论坛，国际时尚话语权也从单向接收转为双向对话。

哥伦比亚驻华大使卡夫雷拉指出，能否将可持续发展和社会责任融入价值链的每个环节，决定了未来时尚的竞争力。正是对在地文化、可持续时尚的共同追求，促成了 ZAIDI SHOWROOM 携 5 个哥伦比亚品牌在本季时装周官方商贸展 DPARK 服装服饰 ODM 展的亮相，“五个哥伦比亚品牌来到北京、来到这个国际时尚舞台，这正是中哥合作力量的象征：共同开拓机遇、分享知识，并携手建设一个可持续的时尚未来。”

通过时装周这个窗口，世界能看见中国传统工艺与现代设计语言的精妙结合。ZAIDI SHOWROOM 主理人许玮芳表示，这次合作也为中哥两国以及拉美地区设计师提供全新思路，全球化不是要抹杀本土性，而是要通过现代设计让传统重生。

仓耳显示屏字库创始人严永亮则发现，时装周上越来越多品牌将中文字体设计创造性地融入视觉系统，表达从内到外的“一致性美学”。这不是简单的“中国风”，而是从底层构建起的文化认同，也是打造能走向世界中国超级品牌的底气。

而自上世纪 90 年代初期便活跃于中国时尚舞台的初代超模、多栖艺人瞿颖，也于本季官宣成为“中国国际时装周全球推广大使”。她坦言，“从业 30 多年，我作为一名亲历者和见证者，看到无数设计师、品牌和模特在这个中国时尚界最重要的平台上茁壮成长。如今成为全球推广大使，未来将会助力更多中国设计师、中国品牌、中国模特走向世界舞台，让中国时尚文化在全球绽放光芒。”

商业洞察：从“制造”到“创造”的价值跃迁

对于寻求发展的品牌而言，时装周不仅是展示平台，更是资源枢纽。其背后是主办方中国服装设计师协会的深厚行业网络，能为品牌提供强大背书，并开辟可靠的品牌出海通道，驱动国际增长。

国际精品品牌战略研究院院长卢晓指出，中国品牌想构筑持久的竞争优势，最好的路径就是把国际精品品牌的理论，与企业实际结合起来。“这种模式既要能把握高端趋势（顶天），又要能在中国市场扎实落地（立地）”。

比如，专为时装周品牌直播带货设立的 DPARK 直播间，今年春季推出至今，已服务歌力思、IRO night、爱慕、坦博尔等十多个品牌，并为淘宝服饰超级时装周发布提供了支持。此外，真维斯、特步、雪中飞等品牌也围绕时装周开展多平台直播、短视频带货及线下门店联动等全渠道营销，有效拉动销售增长，多个品牌在活动周期内实现了数百万至上千万元的 GMV 提升。



科技赋能：当创意遇见算法

未来的时尚产业将是人类创造力与人工智能算力完美融合。本季时装周数字板块聚焦“数字生命体与时尚的共进化”，数字创作者们与时装周数字时尚代言人凰煌共同“上线”，运用人工智能等前沿科技，进行艺术化数字时尚创作。

“时装周不是在追赶趋势，而是在定义趋势。”拥有人工智能艺术家、认知科学家和国际策展人等多重身份的陈天禅表示，中国国际时装周对 AI 艺术的长期关注和重点呈现，说明数字技术已经成为创意本身的组成部分，时装周也从“展示平台”进化为“创新平台”。

从传统时尚编导向数字创意人转型的王意表示，时装周最令人印象深刻的，是主办方对科技融合的前瞻性布局。比如，不断丰富完善的数字时尚板块，抓住了 AI 为传播中国文化带来的机遇，为新一代设计师提供了一个没有边界的、新中式时尚表达空间。



可持续发展：从“概念”到“体系构建”

绿色可持续始终是中国国际时装周的核心价值，近年来议题的探讨深度逐年增加，这也说明中国时尚产业对可持续发展的理解已经超越表面符号，进入了“实质创新”的深水区。

广东恒碳科技有限公司市场部负责人李伟多表示，在本季时装周上，恒碳科技发布的 PHA 全域可降解材料获得了超过预期的高度关注，并成为了串联传统文化与现代时尚的关键纽带。真维斯携手设计师黄刚，把非遗香云纱和环保 PHA 材料织在一起，并用 3D 打印把百鸟衣的图腾“复刻”出来，每一根羽毛都清晰可见，让千年非遗变得酷感十足。

正如惠州学院旭日广东服装学院院长、教授级高工陈学军所说，新材料需要设计师、品牌、渠道共同推动，品牌率先应用可提高接受度，设计要融合时尚、科技与环保，时装周则为这些合力成果提供了展示、推广、落地的空间。

中国国际时装周的独特价值在于，它同时实现了文化传承、商业创新和科技融合的三重目标，并深深扎根于中国的全产业链中，为全球时尚产业提供了新的范式。这些来自不同领域的声音，共同描绘出一个正在经历深刻变革的产业图景——让我们看到中国国际时装周如何从一个行业活动，演进为驱动全球时尚创意生态进化的重要力量。TA





新材料展系统呈现全链创新趋势，在多维互动中拓展合作新路径。

新材引潮，聚链成势

第七届中国纺织新材料展勾勒产业发展新图景

■ 本刊记者 _ 边吉洁

当前，纺织新材料已成为推动全球产业绿色转型、赋能时尚创新与可持续发展的重要力量。在“双碳”目标与消费升级的双重驱动下，新材料研发不仅关乎产业竞争力，更承载着引领绿色生活方式、构建循环经济体系的时代使命。

在此背景下，11月6—8日，第七届中国纺织新材料展应势而来，以“探索新世界”为主题，汇聚产业链先锋力量，搭建集展示、交流、合作于一体的高端平台，开启一场关乎技术、生态与商业可能性的深度对话。

本届展会由中国长丝织造协会与绍兴国际商会主办，浙江三博会展股份有限公司联合主办。展会不仅聚焦新纤维、新面料的集中呈现，更致力于打通从研发到应用的产业闭环，助力企业把脉趋势、整合资源，在多维互动中拓展合作新路径。

前沿成果，勾勒新材料“科技图谱”

作为行业创新实力的“集中检阅场”，本届展会吸引了众多龙头企业与代表性展商携重磅成果亮相，围绕绿色低碳、健康功能、智能交互等方向，上演了一场新材料领域的“科技竞演”，直观呈现行业技术突破的前沿图景。

常州恒利宝推出的纳米改性环保功能性面料，实现了产品性能与可持续属性的深度融合，既满足终端场景对耐用性的需求，又降低了生产与使用环节的环境足迹；易生新材料则带来生物基材料的产业化落地成果，进一步拓宽了可再生原料在纺织领域的应用边界，为行业减少对化石资源依赖提供了可行路径；上海德凯、山东稀有科技等企业展出的高性能纤维与再生环保材料，凭借成熟的技术工艺与稳定的品质，彰显了中国纺企在绿色材料研发上的“硬实力”。

中国轻纺城新材料中心展团则集结宁波索玛缇、魏桥纺织、太极石等企业带来系统性创新展示，为产业链上下游精准对接搭建高效桥梁。其中，魏桥纺织研发的智能温控纤维可根据环境温度动态调节保暖性能，打破传统纺织材料的“被动适配”局限；太极石的抗菌面料则凭借优异的抑菌效果，成功切入医疗防护等高要求场景；桐昆集团、恒力公司等行业巨头展出的新型聚酯纤维、高端尼龙产品，以更优的强度、韧性与环保指标，成为现场客商关注的焦点。

值得关注的是，本届展会突破传统单一模式，实现与世界布商大会、柯桥纺博会、印花设备展的同期联办，形成从原料研发、设备制造到成品

应用全链路的“超级展会矩阵”。这种协同模式不仅实现了资源共享与流量聚合，更让参展商与观众得以“一站式”洞悉产业链全貌，大幅降低供需对接成本，高效捕捉高价值商业机遇。

精准赋能，提升参展效率与体验

为提升参展效率与体验感，本届展会以“精准匹配”为核心逻辑，规划五大核心展区，系统性呈现产业链各环节的创新成果，满足不同领域客商的专业化需求。

功能性面料区聚焦防水、抗菌、吸湿排汗、防晒、发热等功能型产品，服务于户外运动、服装品牌、家用纺织等领域的采购需求，助力企业快速获取高性能面料解决方案。智能设备区集中展示智能纺纱、自动化织造、数码印花、智能裁剪与检测设备，提供从单机升级到整厂规划的定制服务，助力企业实现“智造转型”。纤维纱线区覆盖传统纤维的改良品种与生物基、再生、导电纤维等新型材料，成为面料企业、纱线厂商优化供应链的源头平台。高端织造区呈现高附加值梭织、针织面料及产业用纺织品，面向高端服装、奢侈品、汽车内饰等领域，凸显品质与设计双重竞争力。国风绣花提花区以文化为脉络，融合苏绣、提花等传统工艺与现代设计，展现国潮纺织品的市场潜力，吸引服装、文创及文旅项目采购方关注。

除产品展示与商贸洽谈外，展会期间，中国（绍兴）纺织新材料论坛与国潮时尚秀两大活动，分别从技术与美学角度为行业注入新动能。

配套专业活动持续为展期注入内涵，充分践行了“全产业链赋能”理念。中国纺织新材料论坛邀请国内外权威专家，围绕低碳材料研发、生物基纤维应用、循环技术落地等议题展开深度分享；国潮时尚秀通过沉浸式展演，呈现生物基纤维国风礼服、导电纤维智能服饰等作品，搭建起“实验室成果”与“消费端应用”的沟通桥梁；东盟国家出海拓市暨国际贸易风险应对交流活动邀请缅甸服装协会会长、涉外律师、财税专家等嘉宾进行专题分享，深入解析东南亚市场机遇与贸易风险，助力企业稳健拓展国际市场。

一场展会，多重价值。第七届中国纺织新材料展以多展联动构建格局，以龙头企业夯实内容，以精准分区提升效率，以多元活动激发灵感。它不仅是一场产业成果的阅兵，更是一个推动技术融合、促进可持续转型、激发文化自信的行业枢纽。在这里，新材料不再是遥远的实验室成果，而是可触摸、可合作、可共创的未来起点。TA



御麻坊：以差异化创新跳出同质化红海

■ 本刊记者 _ 王耀祖

从一件剪裁精良的米白色亚麻衬衫，到一条质感卓越的麻料短裤，绍兴市御麻坊纺织品有限公司销售经理李文松的穿搭，是其“走进布的世界，聆听麻的声音”企业理念的生动诠释。他所展现的，正是御麻坊所倡导的：回归面料本身，感知麻料的自然属性。这一理念，恰好与当代消费者愈发注重内在品位、追求天然质感与可持续生活的价值观同频共振。

作为一家主营麻棉大提花、麻棉绣花、纯亚麻大提花等面料的企业，御麻坊将产品作为理念表达的载体，通过精湛的后工艺技术，将麻料卓越的透气性、绿色可持续等天然特性，与精致多样的花纹纹样相融合，使每一块面料都升华为独特的风格语言，从而赋予了其超越传统的更多可能。

以“创新”创“增长”

从2014年麻料经营起步，积累行业认知；2017年迈向自主研发，开始麻类提花面料的生产销售；再至2020年开辟新航道，成功拓展至绣花类麻面料，御麻坊不断跳出舒适区，以持续的自我革新回应市场变化。

“我们御麻坊从一开始就定下要走差异化道路的策略。我们选择跳出同质化红海去开辟一条自己的新赛道——主动避开竞争最激烈的，专注打造市场上少见、但品质和设计都更出众的麻纺品类。我们相信，真正的竞争力不在于价格，而在于不可替代的价值。”李文松说道。

据李文松介绍，御麻坊每周都会进行新品研发，香云麻、苎麻扎染绣花、绣花炒色、色线满绣……几百种不同风格、颜色、纹样的面料共同组成了一个庞大的“解决方案池”。这个池子的深度与广度，直接支撑起了御麻坊为品牌客户精准提供稀缺性面料的核心能力，即对任何一位追求独特的客户，御麻坊都能从中调配出最合适的“配方”，有效解决行业同质化的核心痛点。

冬季是麻纺面料的传统淡季，但御麻坊凭借其深厚的解决方案储备，成功找到了破冰之道。“为了让冬季转化为企业增长季，我们推出了一款菩提腰果花面料。”李文松介绍道，“菩提腰果花多数用于羽绒服与棉服表布中，调整织法的结构、密度与纹理，达到一定的厚度。在此基础上，我们叠加一些绣花，进一步提升面料的视觉层次与艺术表现力，使其风格更多元、产品更精致、附加值更高，从而赢得客户的青睐。”

从麻料经营到自主研发，从提花到绣花，再到如今针对冬季市场的创新突破，御麻坊用一次次转型升级证明：在瞬息万变的市场中，唯有掌握核心技术、坚持差异化道路的企业，才能始终勇立潮头。李文松表示：“御麻坊将继续深耕麻料领域，保障面料品质的同时，拓展更多不同品类的麻类产品，用独特的面料创造更多价值。”

以“跨界”拓“新域”

在御麻坊的门市内，一幅亚麻提花挂画静静地诉说着品牌的美学追求。画面上，深浅交织的亚麻纱线通过精密的提花工艺，勾勒出充满东方意蕴的缠枝纹样，既



绍兴市御麻坊纺织品有限公司销售经理李文松

有麻料的天然肌理，又展现出不输丝绸的精致质感。除此之外，用御麻坊面料制成的各系列麻料样品包被整齐地码放在桌子上。

“我们的面料很多都应用在包、挂画、桌布、鞋子等非服装领域。”李文松解释道，“这其实是我们一个非常明确的市场策略。通过这些更贴近生活的衍生品，我们能直接向客户和消费者展示麻料的多种可能性——它可以是时尚的、艺术的，也可以是实用的。这不仅能有效引导市场，提升品牌形象，更重要的是，它能从需求端反向激发设计师和品牌方的创作灵感，为我们开拓全新的合作路径。”

多年来，御麻坊通过持续的产品创新精准对接日益多元的衍生品开发需求。一方面从工艺入手，将原本单一的提花或绣花工艺升级为“提花+绣花+扎染”等多工艺复合叠加，大幅提升面料的层次性和丰富性，满足麻类衍生产品的时尚需求；另一方面打破原先花型风格，从竹子、叶脉、蝴蝶等中国风元素扩展至抽象几何、极简线条乃至国际流行的艺术图案。

御麻坊用十余年的持续创新证明：麻，同样能成为引领潮流的时尚单品。通过企业自身工艺的不断升级，御麻坊正将麻的应用领域从服饰延伸至高端家居、文创礼品及艺术装置等更广阔领域，使这一承载千年的天然纤维在现代消费市场中焕发新生，书写出“既传统又当代”的独特品牌故事。

自麻类面料专区成立之初，扎根联合市场十余年的御麻坊便入驻其中。李文松表示，未来御麻坊将积极依托这一集聚平台，持续深耕麻类面料的研发，坚定不移地深耕差异化发展路线。同时，公司还将借助专区带来的流量优势，通过直播等新形式，不断构筑并强化自身的核心竞争优势。TA





波司登品牌与高等教育同频共振。

一起攀登，遇见更大的世界

■ 陈墨 / 文

秋日的燕园，湖光塔影，叠翠流金。近日，波司登创始人、波司登集团董事局主席兼总裁高德康亲自率队，波司登 2026 届校园招聘再度走进北京大学。100 万元“波司登登峰奖学金”在北京大学设立，开启跨越代际、启迪未来的青春对话，向未名湖畔的莘莘学子发出“攀登，遇见更大的世界”的盛情邀约……这是波司登 2026 届校园招聘的关键一站，更是中国品牌与高等教育同频共振的生动写照。

设立百万奖学金 助力北大学子勇攀学术高峰

当日下午，北京大学英杰交流中心星光厅内，一场关乎时尚产业发展的校企交流温暖展开。北京大学党委常委、副校长、总务长董志勇，北京大学学生工作部部长、校团委书记卢国栋等领导及学生代表出席座谈会，与高德康一行围绕党建共建、人才共育、科研合作与公益延续等校企合作议题进行了探讨交流。

高德康在座谈中动情回顾了波司登创业 49 年来坚守实业、聚焦主业的登峰历程，以及与北大绵延七载的“情暖北大”公益之缘，并郑重宣布在北京大学设立 100 万元“波司登登峰奖学金”，将物质帮扶与精神激励相结合，助力学业优异的北大学子勇攀学术高峰。他重申了波司登“以产品暖人、以慈善暖心”的企业责任担当，至今已累计向社会捐款捐物超过 14 亿元。

高德康表示，“教育是国之大计、党之大计，支持教育事业发展，培养优秀人才，是波司登义不容辞的责任。”这份持续七年的温暖守护与百万奖学金的设立，不仅是对优秀学子的激励支持，更是波司登家国情怀与北大精神传统的深刻共鸣与价值共振。

座谈会上，北大受助学生代表向波司登表达了最诚挚的谢意。他们感言，波司登送来的不仅仅是一件御寒的羽绒服，更是一份点燃梦想的火种。这份温暖与期许已深深触动了学子们的心，50 余位学生代表亲笔写下的感谢信，便是对这份深情最真挚、最热烈的回应。

以奋斗精神 攀登时尚产业高质量发展新高峰

傍晚时分，英杰交流中心阳光厅座无虚席，波司登北京大学校园招聘宣讲会学子们的热切期待中拉开帷幕。高德康以优秀企业家、品牌攀登者的身份，为在场的同学们带来了题为《攀登，遇见更大的世界》的真诚分享。

高德康从品牌 49 年的创业史诗出发，以三个饱含温度与力量

的故事，深刻诠释了融入波司登血脉的“登峰精神”。从 1975 年上海石库门初识登山羽绒服萌生梦想，到 11 位农民、8 台缝纫机起步的艰辛创业；从 1994 年市场受挫、生死一线的严峻考验，到 1995 年借反季销售绝地反击、一举奠定行业龙头地位的商业传奇；再到 1998 年助力中国登山队成功登顶珠峰，圆梦“世界三极”，将品牌旗帜插上世界之巅的荣耀时刻……每一个故事，都是一次不畏艰险、向上攀登的温暖坚守。他总结道，波司登的成功，源于改革开放的时代机遇，源于对中国市场的坚定信心，更源于“创唯一、永争第一”的登峰精神内核。他强调“个人的奋斗，只有融入时代的洪流，才能奔涌向前；企业的成长，只有响应国家的召唤，才能根深叶茂”。

站在新时代的起点，高德康进一步分享了波司登近年来的略转型升级与未来蓝图。波司登坚持品牌引领的发展模式，锚定“聚焦羽绒服主航道、聚焦时尚功能科技服饰主赛道”的双聚焦战略方向，不断夯实品牌在全球市场的竞争力，致力于“成为世界领先的时尚功能科技服饰集团”。目前，波司登已亮相四大国际时装周，与多位国际设计大师推出联名系列，建设了国家级智能制造示范工厂和 AI 人工智能设计实验室，设立“2038 年前实现运营环节净零排放”的 ESG 目标，MSCI（明晟）ESG 评级获得行业领先的最高评级 AAA 级。

波司登正以科技、绿色、时尚、健康为核心，打破大众对服装产业的传统认知。高德康坚信，拥有家国情怀的优秀青年学子，是推动中国品牌走向世界的先锋力量。他向北大青年才俊发出最诚挚的邀请，与波司登双向奔赴、同向聚力，以家国情怀和奋斗精神攀登时尚产业高质量发展的新高峰。

波司登集团副总裁兼 CHRO 张磊以《更大的世界，遇见更好的自己》为主题，将公司的战略蓝图细化为清晰可见的个人成长地图。他详细解读了波司登如何将“战略人才”的定位落到实处，并以全面的薪酬福利和快速的晋升通道，确保青年才俊的成长速度与品牌发展同步。

宣讲会现场，思想的火花不断碰撞，北大学子凝神聆听，在互动环节热情提问，展现了他们对波司登品牌实力、发展平台及企业文化的高度认可与浓厚兴趣。这场宣讲会，已然超越了简单的雇主形象展示，升华为一场关于理想、责任与未来的深度对话。

未名湖美，博雅塔高，攀登之路，志在云霄。此次波司登北大之行，彰显了波司登汇聚天下英才、奔赴全球领先的坚定决心，是企业战略需求与高校人才供给的精准匹配，更是攀登者与未来攀登者之间的心灵契合与双向奔赴。TA

罗曼罗兰集团： 以创新科技引领面料未来

■ 本刊记者 _ 陶虹

近日，罗曼罗兰集团正式发布 2025/AW 家纺原创荟系列及多款创新功能面料，以“生态时尚”与“科技创新”双轮驱动，再次彰显其作为全产业链时尚纺织集团的综合实力，为家居与服饰行业带来全新解决方案。

2025/AW 家纺原创荟系列，诠释生态时尚新美学

承袭始于 1918 年的品牌基因，汲取古罗马宫廷美学与欧陆休闲风尚灵感，罗曼罗兰家纺始终致力于将品味、格调与王者气度融入每一件产品，实现“东方质感”与“西方设计”的完美交融。以“生态家，时尚情”为核心理念，品牌矢志成为“中国生态时尚家纺引领者”。近日，罗曼罗兰家纺正式发布 2025/AW 原创荟系列，以出众设计与环保材质，续写家居生活的浪漫新章。

本季新品聚焦于自然意境与现代美学的平衡，推出了多款极具代表性的系列：

天青烟雨系列围绕“舒适睡眠场景”打造，配色与质感呼应“轻法式”“现代简约”等主流卧室风格。选用浅薄荷绿与柔和奶杏色等低饱和色调，既保留自然清新，亦契合现代家居的简约柔和。采用天丝棉柔滑面料，结合“轻刺绣+晕染纹理”工艺，模拟“织物的呼吸感”，在满足裸睡亲肤需求的同时，以细腻纹理再现“植物肌理的朦胧美”。设计以“现代极简卧室”为基调，融入中式美学中的“留白”与“写意植物”元素，平衡都市生活的简练与自然疗愈的松弛。

知行系列融合“轻法式优雅”与“现代简约”，以床头曲线呼应床品的柔色调与简约装饰，贴合当下卧室空间的“松弛感美学”。主色调为浅雾紫，既雅致又适配多数卧室光线，营造舒缓休憩环境。面料选用全棉肌理磨毛，回应秋冬对“温暖触感”的需求。刺绣元素以“自然轻装饰”为理念，提取简约植物线条，弱化繁复图案，使装饰与面料质感相得益彰，精致而不冗余。

碧水澜山系列融合“新中式轻奢”与“现代极简”，以柔和床品色调与简约山水刺绣形成视觉张力，既保留东方意境，亦契合当代高端卧室的精致空间感。主色调为浅雾灰绿，内衬搭配暖杏色，适配现代轻奢氛围。面料采用天丝棉磨毛，通过高支工艺呈现细腻光泽与垂坠感，兼具纯棉亲肤与轻奢视觉。

罗曼罗兰集团董事长徐德荣表示，集团将继续保持初心，持续加大研发投入、优化产品质量、创新产品面料，与各位合作伙伴携手共进。未来，罗曼罗兰将以精工品质为根基、艺术美学为灵感，将“生态、时尚、舒适”融入品牌基因，贯穿于产品设计、生产制造与服务体验的每一环节，共谱创新与绿色并进的新篇章。

四大面料品牌联合亮相，彰显创新硬实力

在不久前落幕的第十四届江苏（盛泽）纺织品博览会上，罗曼罗兰集团携旗下罗曼罗兰针织面料品牌、立新纺织功能性梭织面料品牌、罗曼罗兰时尚女装面料品牌、庄面印象艺术面料品牌四大面料品牌联合参展，全方位展现了集团在纺织面料领域的创新实力与多元化市场布局。

展会现场，罗曼罗兰针织产品总监施冠杰，立新纺织科研执行董事、中国市场部总经理栾勇，罗曼罗兰女装面料产品总监徐华柱，庄面印象产品总监李乾坤分别介绍了罗曼罗兰集团推出的最新产品。

“26Q4 开发的新款 30D 尼龙经编平纹布兼具挺括有型与易打理特性，防污、耐磨、防泼水性能优异。”施冠杰表示，该产品底层采用远红外发热保暖超柔绒，结合中空发热纱技术，吸光发热测试中平均升温



罗曼罗兰多款新产品为家居与服饰行业带来全新解决方案。

达 6℃以上，最高升温超过 10℃，保温率高达 45%，细腻绒感带来亲肤舒适的穿着体验。中间层覆以高性能防水透湿 PU 膜，水压透湿指标达 12000/8000，充分满足户外功能服饰的严苛标准。

栾勇则重点介绍了一款集成智清洁、凉感与抗菌原纱功能的创新面料。该面料采用皮芯结构设计，皮层运用纳米材料实现抗污（污渍不易附着、清水冲洗即可洁净）、凉感（迅速导热并反射热量）与抗菌（物理破坏细菌结构）三重功效；芯层则确保面料基础性能稳定可靠。

徐华柱详细介绍了“多功能通勤外套面料”“高强耐磨轻量通勤冲锋衣面料”两款兼具科技与实用性的创新功能面料，并通过生动的现场演示，充分展现了产品的卓越性能。其中“多功能通勤外套面料”集多种实用功能于一身，不仅具备 UPF100+ 的顶级防晒效果与 100+ 的高透气性，还具有 3A 级抗菌与卓越的防沾污功能。该面料采用的荷叶疏水工艺，通过特殊助剂处理，使咖啡、果汁等常见液体在接触面料时能如露珠般滚落，无法渗透，有效应对日常通勤中的意外泼洒，为都市生活提供贴心守护。现场演示环节，液体咖啡在面料表面形成了完美的荷叶效应。

“高强耐磨轻量通勤冲锋衣面料”则专注于提升户外穿着体验与安全防护。核心亮点在于运用了高分子聚乙烯材料，充分发挥了其超强耐磨、极致轻量化的先天优势。同时，基于纱线本身优异的抗冲击性和防切割性，使得最终成型的面料能够轻松应对严苛的户外环境，耐用性显著提升。在现场，徐华柱用剪刀尝试切割面料的演示，直观地验证了该聚乙烯材料难以被轻易割开的特性，其出色的防护性能给观众留下了深刻印象。

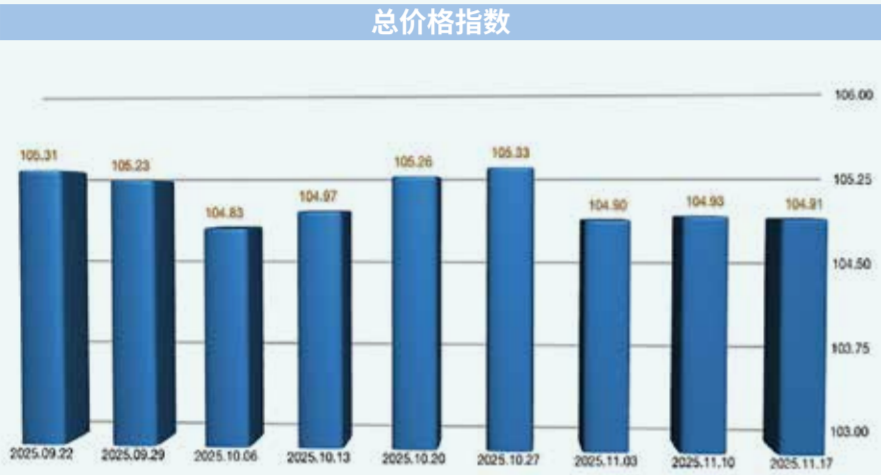
李乾坤介绍了一款由品牌设计师原创手绘的大黄花型面料，该花型拥有自主版权，充分展现了“庄面印象”在艺术面料领域的原创设计能力与美学追求。

作为功能面料与时装面料的协同创新平台，罗曼罗兰集团深度整合新型纤维研发、原创花型设计以及“印花、提花、绣花”三大核心工艺，构建起横跨科技、时尚与生态的多元化纺织版图。依托苏州与泰州两大研发生产基地，罗曼罗兰产品行销全球，已成为全产业链中备受瞩目的时尚纺织集团。从家纺新品的诗意诠释，到面料科技的集中展示，充分展现了罗曼罗兰集团作为全产业链时尚纺织企业的综合实力，既能以文化积淀与设计美学打造引领趋势的生态家纺，也能以持续科技创新推动功能与时尚面料的突破，在纺织行业的广阔舞台上，不断编织温暖与时尚共存的未来图景。TA

市场营销略显回缩 价格指数环比微跌

20251117 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20251117 期纺织品价格指数收报于 104.91 点，环比下跌 0.02%，较年初上涨 0.36%，同比上涨 0.74%。



中国轻纺城市场营销略显回缩，其中：原料市场价量环比回缩，坯布市场价量环比回升，面料市场布匹价量小幅下跌，家纺类产品成交价量微势回升，辅料类价量环比上涨。

原料行情环比回缩，涤纶环比上涨，再生纤维素下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 85.86 点，环比下跌 0.26%，较年初上涨 6.55%，同比上涨 5.28%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数收报于 73.71 点，环比上涨 1.53%。近期华东地区 PTA 现货主流 4592 元 / 吨，环比上涨 37 元 / 吨；MEG 主流 3953 元 / 吨，环比下跌 42 元 / 吨；聚酯切片市场报价环比上涨，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5630 元 / 吨，环比上涨 40 元 / 吨；无光切片现金或三月承兑 5585 元 / 吨，环比上涨 35 元 / 吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回升，价格环比上涨，POY 报价 6762 元 / 吨，环比上涨 41 元 / 吨；FDY 报价 6926 元 / 吨，环比上涨 101 元 / 吨；DTY 报价 7956 元 / 吨，环比上涨 6 元 / 吨。上游聚酯原料价格涨跌互现，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。

再生纤维素价格环比下跌，混纺类原料价格环比微跌。近期，再生纤维素类指数收报于 87.61 点，环比下跌 1.11%。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 13060 元 / 吨左右，环比下跌 60 元 / 吨。人造棉收报于 73.55 点，环比下跌 0.24%。30S 人棉纱价格报 17000 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。人造丝收报于 100.34 点，环比下跌 0.10%。

近期，混纺类原料指数收报于 92.96 点，环比下跌 0.02%，较年初下跌 3.82%，同比下跌 4.15%。其中：32S 涤棉纱 T65/C35 纱价格报 15100 元 / 吨左右，环比下跌 20 元 / 吨。32S 涤粘纱 T65/R35 纱价格报 13450 元 / 吨左右，环比下跌 10 元 / 吨。

坯布行情环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 114.36 点，环比上涨 1.22%，较年初下跌 4.08%，同比下跌 1.95%。

近期，坯布市场营销环比回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比回升，坯布价量环比上涨。其中：化学纤维坯布指数收报于 105.74 点，环比上涨 0.74%，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 114.08 点，环比上涨 0.38%，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。

面料行情环比回缩，价格指数小幅下跌

据监测，本期面料类价格指数收报于 110.76 点，环比下跌 0.14%，较年初下跌 5.06%，同比下跌 4.62%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回缩，秋季面料成交环比下降，初冬季面料下单环比回缩，春季面料下单环比下降，对口客商入市认购环比回缩，面料价格指数环比小跌。其中：纯棉面料、毛及其混纺面料、涤粘面料类成交价量不等量下跌。

特色分类指数中：牛仔服面料指数收报于 105.50 点，环比下跌 4.07%；棉服面料指数收报于 121.21 点，环比下跌 0.95%；羽绒面料指数收报于 119.03 点，环比下跌 0.66%；防水性面料指数收报于 110.82 点，环比下跌 0.82%；防风性面料指数收报于 105.77 点，环比下跌 1.43%。

家纺市场微势回升，价格指数环比微涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.92 点，环比上涨 0.03%，较年初下跌 0.93%，同比下跌 0.92%。

本期家纺类价格指数环比微涨。近期，家纺市场行情微势回升，整体市场价格微幅上涨。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。其他家纺类收报于 94.58 点，环比上涨 0.09%。

市场行情环比推升，辅料指数环比上涨

据监测，本期辅料类价格指数收报于 112.13 点，环比上涨 0.87%，较年初下跌 14.43%，同比下跌 13.03%。

本期辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比推升，轻纺城传统市场辅料行情环比上行，价格指数环比上涨。其中：窗帘布带收报于 109.15 点，环比上涨 5.95%；挂球和挂钩收报于 99.07 点，环比上涨 0.67%；窗帘轨道收报于 96.08 点，环比上涨 0.23%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡回缩走势，下游面料贸易继续出现订单减少的情况，传统市场总体销售平淡。坯布和面料库存压力增加，累库速度较快，观望情绪较浓，采购意愿降低，以按需采购为主。纺织市场继续趋于缓和，国内需订单不足，库存有所积压。大众面料供给有所下降，市场营销震荡小跌。后市初冬季面料成交显现不足，春季面料下单相对有限，织造企业开机率局部显现不足，印染企业产出局部小跌，预计传统市场成交将震荡回缩，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。**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



中国轻纺城 麻类面料专区

全品类麻品矩阵

科技赋能自然

垂直产业链支撑

时尚

舒适

绿色

个性

一站式满足您的采购需求

地址：中国轻纺城联合市场二楼B区

||| 中大门 广 ZHONG
州 DA
MEN

广州中大门，时尚中国南大门。

