

# 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 2026.3.16 | 第9期 | 总第1257期

**柯桥·中国轻纺城 专版**



**P18**  
于经纬间，解码柯桥纺织的“真、善、美”三原色



**P24**  
棉界人士相聚张家港，探讨产业应对之道

**纺织服装周刊**  
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响  
改变认知  
服务  
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：  
[www.taweekly.com](http://www.taweekly.com)

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



浙江省海宁家纺产业创新服务综合体

海宁中国家纺城国际中心

**P12**  
**抢抓“开门红”，掘金新商机！**  
第34届海宁家博会春日盛放

柯新亚铁路模式·绍兴属地报关



# 准时发车·准时达

专业物流 放心托付 值得信赖

柯桥-塔什干, 准时发车, 时效约**21-23**天  
柯桥-阿拉木图, 准时发车, 时效约**13-15**天

浙江纺都国际货运代理有限公司



绍兴本地报关 高效省心

中亚专线 稳定可靠



黄先生 18657563617 席先生 18321913287 闫先生 13017739767 谭先生 13477097202  
熊先生 18857518154 程先生 18701846018 方先生 17815928395 张先生 15505751122



以上数据由企业提供



# 毛绒天地 毛绒圈

北市场

一区三楼毛绒专营区等你



入驻热线  
TEL-0575

84111017

联系人: 邵先生 雷小姐

# 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 淼
	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
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:   
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*

春启新元，链动全球！2026 中国纺联春季联展沪上盛装绽放  
永荣股份：创新锦纶解决方案亮相上海 PD 展  
鹰游新立成纺织科技公司入选“国家级绿色工厂”  
江苏芮邦科技有限公司构建全链条绿色生产体系

## 08 关注 *Attention*

从《政府工作报告》新词热词看纺织发展机遇  
王 臻：让中国品牌在全球价值链中真正“站上去”  
邵长金：以菌草产业与碳汇开发，撬动绿色低碳新未来  
张 波：锚定“智能化、绿色化、融合化”发展方向  
张江平：强化电商平台知识产权保护，激发纺织集群效能

## 12 特别报道 *Special*

抢抓“开门红”，掘金新商机！  
紧扣时代脉搏，非遗焕新未来  
以创新匠心会四海知音  
潮城面料牵手鹏城设计，迸发向上合力  
六观聚力，洞见家纺设计新航向  
从“一块布”到“一个生态”

## 18 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

于经纬间，解码柯桥纺织的“真、善、美”三原色  
转型破局开路，产品服务共进  
明方向，启新程！中国轻纺城集团召开 2026 年经济工作会议  
“中国时尚女装面料第一站”对接会走进宁波



## 22 产业用 *Industry*

探索绿色新生，解码未来图景

## 24 棉纺 *Industry*

棉界人士相聚张家港，探讨产业应对之道

## 25 一线 *Frontline*

润禾材料：把“双碳”战略“做”进产品  
广州中大门：从全球面料枢纽到中国时尚产业“新质生产力”策源地



刘 嘉  
《纺织服装周刊》副社长

# TOWARD THE FUTURE

## 春潮涌动向未来

三月的上海，春潮涌动，3月11—13日，2026 中国纺联春季联展在国家会展中心（上海）圆满举行。38 万平方米的展馆内，来自全球 30 多个国家和地区的 5000 余家展商齐聚一堂，五大专业展会贯通纺织全产业链，呈现出一幅生机勃勃、信心满满的产业春景。

三天时间，不长，却足以让人触摸到行业跳动的脉搏。

2026 Intertextile 春夏面料展的七大展馆里，来自浙江绍兴、江苏盛泽、福建晋江等产业集群的展台前人潮涌动，采购商们仔细端详面料质地，频频点头记录；海外展区里，韩国、日本、意大利、土耳其等国家和地区的展团带来了最新的设计与工艺，中外客商交流商讨，一笔笔订单在交流中悄然敲定。

CHIC 2026（春季）现场，1200 余个品牌以“找春天”为主题惊艳亮相，新品首发率高达 90%。最美女装区内，设计师正为买手讲解新一季的剪裁巧思；国风服饰展位前，年轻的创业者举着手机直播，向线上观众展示新中式设计的独特韵味。一位来自广东的参展商感慨：“今年的观众特别专业，问得细、谈得深，意向客户认识了不少。”

2026 intertextile 春夏家纺展的 5.2 号馆里，“2026 助眠生活馆”成为全场焦点。红柳、孚日、柳桥等领军品牌带来的冷暖调节床品、压力舒缓枕芯、智能助眠设备，让观众亲身体验“睡得好”的科技与温情。

2026 Yarn Expo 春夏纱线展的 8.2 号馆里，绿色与智能是当仁不让的主角。生物基纤维专区的聚乳酸纤维、海藻纤维、莱赛尔纤维成为采购热点。不少展商表示，如今的客户更关注环保认证、技术含量和供应链稳定性，这正倒逼企业向高质量迈进。

2026 PH Value 春夏针织展的 3 号馆里，五大产业集群以整体形象亮相；年轻设计师们用羊毛、羊绒、混纺纱线编织出时尚与功能的无限可能。一场场品牌发布秀、设计师沙龙，让展馆变成了创意碰撞的舞台。

三天里，论坛、对接会、趋势发布轮番上演。这里不仅仅是一场展会，更是中国纺织行业在新征程上的集体亮相。在“十五五”开局之年，行业以“支柱产业、民生产业、优势产业、未来产业”的定位，展现出强大的韧性与活力。从源头纤维到终端品牌，从传统制造到数智转型，从国内市场到国际视野，中国纺织人用行动诠释着“韧行致远”的深刻内涵。

春潮涌动，正是奋楫时。三天展会虽已落幕，但产业前行的脚步从未停歇。我们看到了绿色转型的坚定方向，看到了科技赋能的无限可能，看到了品牌创新的蓬勃力量，更看到了全行业携手并进、共赴锦绣的信心与决心。

让我们带着这份春潮般的热情，带着这场展会积蓄的能量，继续在纺织现代化产业体系建设的道路上行稳致远。下一个春天，我们再相见！

## View point / 产经看点

国家外汇管理局统计数据显 示，截至 2026 年 2 月末，我国外汇储备规模为 34278 亿美元，较 1 月末上升 287 亿美元，升幅为 0.85%。

——经济日报

据海关统计，2026 年前 2 个月，我国货物贸易进出口总值 7.73 万亿元人民币，同比增长 18.3%。其中，出口 4.62 万亿元，增长 19.2%；进口 3.11 万亿元，增长 17.1%。

——新华网

今年 2 月份，受春节因素影响，全国居民消费价格指数（CPI）环比上涨 1.0%，同比上涨 1.3%，扣除食品和能源价格的核心 CPI 同比上涨 1.8%。

——国家统计局

今年 1—2 月，中国快递发展指数达到 374.1，同比增长 1.5%，快递市场规模稳步增长。

——国家邮政局



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 120S  
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

Direct / 直击

# 春启新元，链动全球！ 2026 中国纺联春季联展沪上盛装绽放

■ 本刊记者\_李亚静

春回大地，万物竞发。3月11日，2026中国纺联春季联展于国家会展中心（上海）盛大启幕。这场为期3天的行业盛会，汇聚了行业内的五大专业展会——中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会、中国国际服装服饰博览会（春季）、中国国际家用纺织品及辅料（春夏）博览会、中国国际纺织纱线（春夏）展览会及中国国际针织（春夏）博览会，形成了覆盖纺织全产业链的综合性行业平台。

开幕当日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，原副会长许坤元，工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼，中国纺联会领导夏令敏、徐迎新、陈大鹏、李陵申、杨兆华、阎岩、梁鹏程、朱超，专家咨询委员会委员王久新、孙淮滨、曹学军，原副会长杨东辉、张延恺，法兰克福展览（香港）有限公司董事总经理温婷等领导嘉宾，以及中国纺联各部门、各专业协会、各成员单位负责人参观了本届联展。

作为“十五五”开局之年的行业首展，本届联展总展出面积达38万平方米，汇聚了来自全球30多个国家和地区逾5000家参展企业。

联展以面料、服装、家纺、纱线、针织五展协同发力，构建起一个集趋势发布、技术交流、商贸对接、智慧交融于一体的超级生态场，为产业链上下游提供了零距离对话的平台——让源头创新直达终端应用，让市场需求反向驱动技术突破。中国纺联联展的平台效应，正在将一股股创新力量凝聚为系统的产业动能。

其中，2026 Intertextile 春夏面辅料展共启用7个展馆，以19万平方米的超大规模，集结全球25个国家和地区的超3000家优质展商，呈现了一场覆盖全产业链的时尚与科技盛宴。同时，展会设置了“对话纺织区”“可持续发展论坛区”“热点交流区”3个论坛区，近百场高质量对话轮番展开，为全球从业者提供深度洞察与战略指引。

CHIC 2026（春季）总面积达11.7万平方米，12大专业展区汇聚全球10余个国家和地区的1200余家优质展商，现场呈现超10万SKU，其中90%为新品首发。33家顶级产业集群与头部专业市场组团亮相，80余场对接会、论坛、发布秀在三天展期内密集上演。

2026 intertextile 春夏家纺展以“够舒适，才好睡，愈健康”为核心主张，汇聚近400家国内外优质展商，展出规模超2.7万平方米，打造了一场覆



五展联动激活行业。

盖全产业链的大家居与睡眠生态盛会。更以数字化赋能贯穿展会全程，线上云展、直播逛展与线下数字对接中心无缝衔接，以创意创新激活产业内生动力。

作为全球纤维纱线领域开年首场大型国际性专业展会，2026 Yarn Expo 春夏纱线展展出面积达2.7万平方米，汇聚来自11个国家和地区的600余家优质纤维纱线企业，其中国际参展商70余家，在申城拉开纺织源头创新的年度大幕。功能化纤、流行棉纺、创意花式纱、奢华羊绒纱、品质毛纱、绿色麻纱、华彩真丝、云纱智联八大专业展区以差异化视角，展现了纺织源头的无限可能。

2026 PH Value 春夏针织展以近1.1万平方米展示空间，集结近200家针织领军企业。这些针织力量的同台竞技，让人们看到了针织创意开花结果的繁荣盛景。展会还精心策划了2场“品牌买家专场”、1场“海外买家专场”、1场“渠道商及集群专场”共计4场商贸对接专场活动，以实力买家特邀与精准商贸匹配，深度激活展会商贸活力。

春风浩荡，不可阻挡；产业升级，其势已成。站在“十五五”开局的新起点上，2026中国纺联春季联展不仅是一场商贸与趋势的盛宴，更是一声催人奋进的号角。在38万平方米的生态场内，全球纺织人见证了产业链的无缝链接，触摸了科技与时尚的交融脉搏。中国纺联将继续携手全球伙伴，将展会期间凝聚的共识与商机，转化为推动行业高质量发展的不竭动力。

Focus / 聚焦

## 1—2 月全国纺织品服装出口 504.5 亿美元，同比大幅增长 17.6%

根据海关总署统计，今年1—2月，全国纺织品服装累计出口额为504.5亿美元，同比增长17.6%，较上年同期增速回升22.1个百分点。其中，纺织品出口额为255.7亿美元，同比增长20.5%，延续去年以来的良好增长态势；服装出口额为248.7亿美元，同比增长14.8%，增幅迅速扩大。

以人民币计，1—2月我国纺织品服装出口额3550.4亿元，同比增长13.2%。其中，纺织品出口额为1800.1亿元，同比增长18%；服装出口额为1750.3亿元，同比增长12.4%。

与历史同期数据相比，今年前2个月，我国纺织品服装出口态势总体良好。在2月春节假期较晚的情况下，504.5亿美元的累计出口额处于历史同期高位。这一表现主要受纺织原料价格上涨、美国关税

政策调整带来的窗口期效应、企业积极拓展新兴市场，以及去年同期基数偏低等多重因素叠加影响。

值得关注的是，每年1—2月的数据受季节和假期因素扰动较大，后续出口走势仍需结合一季度整体表现及外部环境变化动态评估。从未来走势看，中东局势升级冲击全球能源与贸易链，国际油价跳涨推高化纤、染料等上游原料成本；霍尔木兹海峡通航风险导致海运运费暴涨、船期延误等风险增加，地缘政治冲突和贸易保护将继续成为影响我国纺织行业的最大变量。

面对复杂多变的国际环境，我国纺织外贸企业需强化风险对冲，持续拓展多元化市场，加快技术创新与结构优化，推动行业由稳固外贸基本盘向全球价值链高端攀升。（综编）

Scene / 现场

## 永荣股份：创新锦纶解决方案亮相上海PD展

3月5—6日，福建永荣锦江股份有限公司携旗下多款差异化锦纶产品亮相上海国际功能性纺织品展览会（简称上海PD展），以绿色功能、极致体验为主题，全面展示了企业在功能性锦纶领域的最新技术成果与产业化能力。

### 创新产品集中亮相，展现实力与愿景

在永荣股份展位，纱线、切片、再生纱线以及面料与成衣悉数亮相，形成从原料到终端产品的完整展示链条，吸引了众多观众驻足交流，其中特别邀约15家品牌，到访超20家品牌，接待访客200余人，涵盖国内外品牌、成衣企业、面料企业。

公司销售副总吴梦在展会现场向嘉宾介绍了此次重点推广的三大核心产品：

“爱赛纶”代表更绿色的再生锦纶。采用消费后废旧纺织品为原料，通过物理化学法实现T2T闭环，打通“废旧纺织品—再生切片—再生纤维—纺织成品”的绿色循环路径，性能接近原生纤维，为品牌客户提供高价值的可持续解决方案。

Company / 公司



鹰游新立成产品展示。

### 鹰游新立成纺织科技公司 入选“国家级绿色工厂”

鹰游集团连云港鹰游新立成纺织科技有限公司是江苏省筑峰强链企业，是灌云县纺织服装产业龙头企业，先后获评国家高新技术企业、省工程技术研究中心、省企业技术中心、省绿色工厂、省“专精特新”中小企业。近日，连云港鹰游新立成纺织科技有限公司成功入选《绿色工厂、绿色工业园区（2025年）名单公示》，成为“国家级绿色工厂”。

公司以自主研发的“闪染”免水洗染色工艺为核心，实现了绿色制造的重大突破。该技术通过高温瞬间染色替代传统水洗，节水率达91%，节能率达46%，并荣获中国纺织工业联合会科技进步一等奖。

围绕该技术，公司建设了全自动省水洗染色联合生产线，投用屋顶光伏发电系统，全面推行废气余热回收、生产废水零排放及固废资源化利用。通过系统性的工艺革新、装备升级与能源结构优化，企业成功构建了高效、清洁、低碳的绿色制造体系，关键能耗与排放指标均处于行业领先水平。（苏密）

“锦盾纱”主打“超防晒、贴心防透”，集防透视、抗紫外、凉感、轻薄透气四大优势于一体，解决超薄面料易走光、紫外线伤害、汗湿贴身等痛点，为春夏服装提供一体化纤维方案。

超细尼龙纤维依托全球领先的聚合与纺丝技术，单丝DPF细达0.22—0.8，赋予面料极致细腻手感与高级质感，满足运动、时尚等领域对高端面料的多维需求。

### 团队协同亮相，技术赋能品牌

展会现场，市场品牌部总监张文星、研发工程师金志学等核心团队成员与来访客户深入交流，详细介绍产品技术特点与应用场景，充分展现永荣股份在产品研发、品牌建设与服务方面的综合实力。

作为上海PD展参展商，永荣股份经过严格筛选，所展出的产品均为创新或高技术含量的功能性纱线与材料，契合展会“聚焦创新与高性能”的核心理念。



专业观众与企业代表在展位上展开深入交流。

吴梦在现场表示：“永荣股份始终相信，真正的创新不仅是做出产品，更是把价值传递给客户和市场。未来我们将继续以技术和需求双轮驱动，与产业链伙伴携手，把好材料做成好产品，把好产品做成好市场。”

本次参展，不仅是永荣股份展示创新成果的窗口，更是其与全球品牌、设计师及行业专家深度链接、共创未来的重要契机，共探功能性锦纶的无限可能。（常芳）

### 江苏芮邦科技有限公司 构建全链条绿色生产体系

近日，工业和信息化部节能与综合利用司发布《绿色工厂、绿色工业园区（2025年）名单公示》，盛虹控股集团旗下的江苏芮邦科技有限公司凭借在绿色制造领域的卓越实践与突出成效，荣膺“国家级绿色工厂”称号。这一成绩，标志着芮邦科技绿色制造水平已全面达到国家级先进标准，成为推动行业绿色转型、践行循环发展的标杆企业，也是对盛虹践行绿色发展理念和实践成果的肯定。

国家级绿色工厂是指在制造业领域，按照国家绿色制造标准和要求，经严格评审认定在能源低碳化、资源高效化、生产洁净化、产品绿色化、用地集约化等方面达到先进水平的生产型企业。这类工厂通过采用先进的技术、管理和设备，最大限度地降低资源消耗，减少污染物排放，实现经济效益与环境效益的统一，是国家绿色制造体系的核心支撑单元。

作为盛虹控股集团旗下专注再生纤维的高新技术企业，芮邦科技依托再生聚酯纤维熔体直纺核心技术，打造了全球首条“从瓶片到聚酯纤维”的绿色产业链，构建全链条绿色生产体系，每年可处理300多亿个废弃塑料瓶、生产50万吨高品质再生纤维，年减碳近120万吨。未来，芮邦科技将以此为新起点，持续迭代绿色技术、优化管理体系，打造全球领先的绿色制造标杆。

多年来，盛虹坚定不移走绿色低碳发展道路，持续在能效提升、资源循环、清洁生产等领域进行创新突破，未来将深化全产业链的绿色变革，引领行业向更高效、更清洁、更可持续的方向转型升级，为中国制造的高质量发展贡献绿色力量。（陈默）

纺织春之声

# 从《政府工作报告》 新词热词看纺织发展机遇

■ 本刊记者\_郭春花

“智能经济新形态”“提振消费”“世界级城市群”“绿色转型”“投资于入”……今年全国两会上，一批新词、热词写入2026年《政府工作报告》，为纺织行业传递出政策新风向、产业新动向。

## 热词① 智能经济新形态

“人工智能+”已经连续3年写入政府工作报告。今年的政府工作报告提出，打造智能经济新形态。深化拓展“人工智能+”，促进新一代智能终端和智能体加快推广，推动重点行业领域人工智能商业化规模化应用，培育智能原生新业态新模式。

纺织行业是新材料、智能可穿戴的关键领域，同时也为商业航天、脑机接口、人形机器人等新赛道提供支撑。中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲在近日召开的2026全国两会纺织行业代表委员座谈会上指出，科技创新与产业创新深度融合，是行业必须遵循的规律。但行业目前对先进材料、基础工艺、高端装备等关键领域底层原理的掌握仍显薄弱，未来行业要强化基础研究与原始创新，抓好学科建设与优化资源配置，要捕捉颠覆性创新早期信号，下好“先手棋”。

## 热词② 提振消费

着力建设强大国内市场被置于今年工作任务之首。报告提出深入实施提振消费专项行动。制定实施城乡居民增收计划，在促进低收入群体增收、增加居民财产性收入、完善薪酬和社保制度等方面推出一批务实举措。促进商品消费扩容升级，安排超长期特别国债2500亿元支持消费品以旧换新，优化政策实施机制等。

这些新型消费举措将为纺织行业带来诸多机遇。孙瑞哲提出，行业未来要关注品质消费，要聚焦核心工艺研发、专业功能设计，推动硬核科技与美学表达融合，让“好参数”真正成为“好卖点”；要关注意义消费，要践行长期主义、承担社会责任，以更高的道德标准、更深的情感连接，打造向善的产业、有温度的品牌；要关注场景消费，要强化跨界联动、业态创新，打造近场即时响应、现场沉浸体验、远场服务融合的协同生态。

全国人大代表、万事利集团董事长屠红燕表示，AI智能体正加速打通“设计—生产—消费”全链路，她建议要实施“AI+原创设计”攻坚行动，以高品质供给激活消费新需求。构建“标准+补贴+场景”三位一体绿色推广体系，重塑绿色消费信任。打造“AI智能体+柔性供应链”国家级示范工程，破解中小企业数字化“三不”困境。

## 热词③ 世界级城市群

“世界级城市群”同样是今年政府工作报告中备受关注的热词。在明确“支持京津冀、长三角、粤港澳大湾区打造世界级城市群”的同时，政府工作报告还提及，“建设北京（京津冀）、上海（长三角）、粤港澳大湾区国际科技创新中心，打造世界级科技创新策源地”。

对于下一步产业集群发展思路，孙瑞哲提出要立足区域现实基础、要素禀赋、发展阶段、战略价值，优化产业布局。围绕城市群、都市圈，加快打造世界级纺织产业集群。因地制宜推动“一县一策”，引导集群围绕细分赛道做专做精，聚焦资源禀赋做特做强。兴业强县富民一体发展。围绕新业态、新模式，培育新材料、大健康、海洋经济等新型集群。

今年全国两会上，全国人大代表、太平鸟集团董事长张江平带来了关于产业集群建设的建议：建立分级分类标准体系，实施梯队培育与精准扶持，促进跨区域协同与开放联动等。

## 热词④ 绿色转型

报告明确提出“加快推动全面绿色转型”，强调以“碳达峰碳中和”为牵引，协同推进降碳、减污、扩绿、增长，增强绿色发展动能。

对于纺织行业如何推动全面绿色转型，孙瑞哲提出要打破路径依赖，强化原创性、引领性技术攻关，突破技术阈值、形成标准引领；要将绿色转型与资本运作紧密结合，形成绿色增值能力；要发展循环经济；要提升品牌影响，行业绿色发展要有据可依、有迹可循、有证可查，打造具有中国纺织特色的ESG评价体系。

全国人大代表、新乡化纤集团董事长部长金近年来持续为纺织行业绿色低碳转型与生物基新材料发展，提出加快菌草生物基新材料产业发展与碳汇产品开发的建议，为菌草纤维产业规模化发展、生态价值市场化转化指明方向。

## 热词⑤ 投资于入

今年全国两会，“投资于入”成为代表委员们热议的高频词。2025年“投资于入”首次写入政府工作报告，这一年，31个省市区财政支出中，民生领域支出普遍占到总支出的七成以上，“投资于入”让民生暖意直抵千家万户。今年的政府工作报告再次将“投资于入”写入，再次传递了鲜明的政策导向。“投资于入”，既是民生温度的纽带，能够更好满足人民群众对美好生活的向往，更是未来发展的引擎，有助于实现以人的全面发展为高质量发展提供强大动力。

作为来自制造业一线的全国人大代表，石家庄常山恒新纺织有限公司恒盛分公司织造车间教工冯丽朝带着“关于加强制造业技能人才培养支持传统制造业转型升级的建议”参加两会。她提出，要进一步强化校企合作，推行订单式人才培养、新型学徒制，精准培育适应智能制造需求的青年技工，同时完善技能人才评价与激励机制，让青年技工有舞台、有发展、有奔头。

智能化转型浪潮下，如何避免让大批熟练工掉队，是全国人大代表、常州老三集团有限公司样品部长兼工会主席李承霞近年来的一大关注点。她建议要为传统产业工人铺设技能转型升级的“快车道”。并呼吁加大对产业工人，特别是大龄工人在数字化、智能化技能培训上的投入与政策倾斜，完善“新八级工”制度在不同行业的适配与落实，进一步加强对高技能人才的培养能力，帮助工人在产业变革中平稳过渡，持续实现价值。

全国人大代表、鄂尔多斯集团总裁王臻：

# 让中国品牌在全球价值链中 真正“站上去”



王臻

本届两会上，全国人大代表、鄂尔多斯集团总裁王臻带着扎根一线多年对产业深厚的思考与调研，围绕推动中国纺织服装产业高质量发展、提升中国品牌国际竞争力等议题积极建言献策。

作为来自纺织服装行业的全国人大代表，王臻长期关注产业发展与品牌建设问题。今年，她带来了关于全面推进品牌战略升级，构筑国际竞争新优势等相关建议。

王臻在建议中指出，我国是全球最大的纺织品服装生产国、消费国和出口国。然而，当前行业品牌建设仍存在结构性短板：制造品牌在全球价值链中的定位和溢价能力有待提升；消费品牌在高端市场与国际时尚话语权方面，存在文化影响力、设计引领力和品牌溢价仍显不足等问题。亟需从国家层面进行系统谋划与统筹推进，实施品牌战略升级，推动纺织服装产业实现从“规模领先”到“价值领先”、从“产品输出”到“品牌输出”的跨越，从而巩固提升国际竞争力，服务扩大内需、促进消费升级、增强国家文化软实力。为此，她提出以下建议：

**一是实施“分类分级”品牌培育计划，打造具有国际竞争力的卓越品牌体系。**建议统筹整合国家相关政策资源，优化财税激励措施，重点支持品牌在数智化转型、绿色低碳发展、全球化运营及公共服务平台建设等方面的投入。针对制造品牌、消费品牌和区域品牌三大类别，构建“市级—省级—国家级”分层培育机制，集中力量打造一批具有显著国际竞争优势的卓越品牌。完善纺织服装品牌评价标准，开发数字化评价工具，定期开展品牌价值评估与提升辅导，适时监测并发布“中国纺织服装品牌发展指数”。依托国内外重要展会、峰会等平台设立卓越品牌专区，构建融媒体传播矩阵，开展品牌故事全球征集与推广，持续提升行业引领力和国际影响力。

**二是推动制造品牌“做强做优”，夯实产业根基与新质生产力支撑。**聚焦“基础研究—技术攻关—成果转化—产业化”创新链条，重点支持纺织新材料、智能制造、柔性穿戴等关键领域研发及产业化项目。加快推进生产全流程数字化与智能化改造，提升功能性、防护性、健康智能纺织品的核心技术能力。建立并动态更新中国纤维、面料及优质供应商品牌库，清晰界定品牌定位与特色优势，树立国内外市场制造品牌标杆。搭建高端供应链对接平台，推动制造品牌与消费品牌从订单合作向研发协同、标准共建、生态赋能等深度

价值共创转变。

**三是支持消费品牌“出海布局”，以文化科技双翼畅通国内国际双循环。**支持研究发布融入中国元素的细分领域流行趋势，建立非遗传承人、工艺美术大师与设计师常态化合作机制，打造具有当代审美和文化辨识度的原创IP产品系列。加强对数智消费、银发经济、悦己消费、智能穿戴等新消费趋势的研究，拓展消费新场景与新业态。积极探索“国内研发+全球制造+全球销售”模式，完善“跨境电商+海外仓+前置配送”国际供应链体系。鼓励在海外设立研发设计与展示中心，借助国际时装周、重点展会等平台开展联合推广，将纺织服装卓越品牌纳入国家外宣、文化交流及重大经贸活动推广范畴。整合政策资源，支持品牌开展战略性国际并购，并提供重点市场准入、合规运营及文化融合指导。

**四是强化品牌保护，规范市场秩序，优化品牌全链条保护与服务。**坚持以知识产权为核心驱动力，精准施策，构建符合服装产业创新需求的法治保障体系，推动品牌建设与产业升级同频共振、互促共赢。当前，服装创意知识产权保护主要参照美术作品保护相关规定执行，但由于服装创作受产品实用性制约，其创作空间与纯美术作品存在明显区别，直接套用美术作品的保护评判标准，难以适应行业实际需要。建议立足服装产品的实用属性，由国家层面牵头制定针对服装仿款、平替等侵权行为的指导性认定与评判标准，为执法部门及平台经营者提供清晰指引，助力其高效开展侵权识别、处置以及仿制商品的快速拦截与下架，切实维护产业创新生态与品牌合法权益。

“我们要推动中国纺织服装实现从‘产品输出’到‘品牌输出’的跨越，让中国品牌在全球价值链中真正‘站上去’。”王臻如是说。

回望来时路，中国纺织服装产业从最初的来料加工、贴牌生产，到如今拥有一批具有国际视野和设计能力的本土品牌，这一路走来，凝聚着无数产业人的心血与坚守。站在新的历史起点上，品牌建设已不仅仅是企业的事，更关乎国家形象与文化输出。当我们谈论让中国品牌在全球价值链中真正“站上去”，我们谈论的是一种从制造到创造、从产品到文化、从跟随到引领的深刻蝶变。这需要时间的沉淀，需要市场的历练，更需要一代从业者怀着对行业的敬畏与热爱，在坚守中创新，在传承中超越。

我们要推动中国纺织服装实现从‘产品输出’到‘品牌输出’的跨越，让中国品牌在全球价值链中真正‘站上去’。

## 纺织春之声

## 全国人大代表、新乡化纤集团董事长邵长金： 以菌草产业与碳汇开发， 撬动绿色低碳新未来



邵长金

今年两会期间，全国人大代表、新乡化纤集团董事长邵长金聚焦纺织行业绿色低碳转型与生物基新材料发展，带来关于加快菌草生物基新材料产业发展与碳汇产品开发的建议，为菌草纤维产业规模化发展、生态价值市场化转化指明方向。

### 技术破局： 菌草纤维成纺织原料国产替代新路径

纺织行业是我国绿色发展的重要阵地，而再生纤维素纤维作为绿色低碳材料，却长期面临原料“卡脖子”问题——2024年我国纺织行业进口溶解木浆近480万吨，对外依存度超80%。发掘非木质原料，成为破解行业原料困境的核心课题，而菌草技术的高值化利用，给出了“中国答案”。

菌草是我国特有技术成果，由林占熹研究员选育的菌草品种，兼具高经济价值与强生态适应性：适宜于作为纺织纤维原料的菌草品种，一次种植可连续收获15年以上，效益远超棉花；能在沙地、矿尾废弃地、盐碱地等边际土地生长，兼具防风固沙、土壤改良、固碳降碳多重作用，实现经济、社会、环境效益深度融合。

作为行业先行者，新乡化纤用了三年时间，终于攻克了菌草制浆、纺丝的关键技术，拿下了6项国家发明专利和1项美国专利。2025年3月，全球首个年产5000吨菌草纤维中试线在新乡白鹭生物基新材料中试产业园投产，开辟了“以草代木”新路径。经专业检测，菌草纤维还具备天然抑菌、抗病毒性能，有望引领绿色纺织新趋势。

### 产业痛点： 三大难题制约菌草纤维规模化发展

尽管菌草纤维技术已趋成熟，且产业化迈出关键一步，但邵长金指出，当前产业发展仍面临三大核心难题，成为规模化推进的“拦路虎”。

**原料短缺是首要瓶颈。**2024年国内再生纤维素长丝、短纤维年产能分别达30万吨、500万吨，按“3吨干菌草生产1吨纤维用浆粕”的转化比例，需530万亩菌草种植面积支撑，而目前国内菌草种植规模远未达标，原料供应难以匹配产业产能需求。

**科技创新力度不足。**在纺织行业高值化利用过程中发现菌草蕴含着丰富的科技创新内容，还有更多的开发利用潜力有待于深度挖掘，可实现多方面的工业化应用，培育深绿新质生产力。因菌草工业化利用尚处于起步阶段，前端育种、中端加工、末端新产品开发的科技研发投入严重不足，特别是工业化应用对菌草原料的稳定性、标准化和

专一性与菌草在林草业、生态领域的应用相比，提出了更高的要求，这些课题都需要上下游合力攻关。

**菌草全生命周期的生态价值实现机制缺乏。**菌草植株高大且生物量大，固碳储碳能力突出，每公顷菌草年固碳潜力达18—30吨，相当于吸收约65—110吨二氧化碳，具备显著的固碳功能，目前已建立从种植、收获到资源化利用的全周期碳计量方法。但这一突出的生态效益目前仍多停留在生态修复与农林生产的辅助环节，未能有效接入碳汇交易、生态补偿等市场化体系，因此需要推进菌草生态产品价值实现机制创新。

### 多方发力： 四大建议推动菌草产业高质量发展

菌草纤维产业链兼具乡村振兴、低碳产业、生物基新材料等多重战略意义，针对产业发展痛点，邵长金提出四大具体建议，推动菌草产业从技术突破走向规模化、高质量发展。

**加大菌草种植推广力度。**菌草是生态治理的先锋植物，能够有效改善荒漠化、水土流失以及盐碱土地等生态问题。要把生态修复与菌草种植结合起来，建议在“三北工程”等国家重大修复工程中推广菌草种植，加大在盐碱地、低效草地以及未利用土地上的种植面积。

**培育菌草纤维新质生产力，加快科技平台建设。**支持国家菌草工程技术研究中心优化重组为“国家菌草产业技术工程化中心”，与新乡化纤等产业核心企业联合牵头，联系上下游企业与科研院所进行产学研合作攻关，加强菌草全生命周期的高值化利用，加快产业化进程。

**加快固碳产品开发。**加快菌草生态产品价值实现，开发多种应用场景的菌草碳汇方法学，将菌草纳入碳交易核算，是实现碳达峰碳中和目标的有效途径，菌草纳入碳汇将成为撬动国家绿色发展的新支点。

**制定专项扶持政策。**针对菌草产业链发展制定专项扶持政策，如对菌草种植给予补贴或信贷支持、菌草制品产品生产给予税收减免，相关固定资产投资给予资金补贴，对菌草种植及高值化领域的科学研究给予资金支持等。

站在新的起点上，菌草的故事才刚刚翻开产业化的篇章。前方仍有重重关山需要跨越，但方向已经明晰——让“以草代木”不再只是实验室里的突破，让菌草的固碳能力真正转化为可交易、可增值的生态资产，让中国纺织在生物基新材料领域抢占话语权。这一切的实现，需要政策与市场的双向奔赴，需要科研与产业的深度耦合，更需要一代代从业者怀着对土地的敬畏、对创新的执着，接力奔跑。

全国人大代表、魏桥创业集团董事长张波：

## 锚定“智能化、绿色化、融合化”发展方向



张波

3月6日，十四届全国人大四次会议山东省代表团举行第二次全体会议，审查“十五五”规划纲要草案。全国人大代表、山东魏桥创业集团有限公司董事长张波在发言中表示，完全赞同纲要草案。

张波表示，纲要草案通篇贯穿习近平新时代中国特色社会主义思想，贯彻落实党的二十届四中全会部署要求，全面擘画了未来5年经济社会发展的宏伟蓝图。

纲要草案聚焦实体经济，让制造企业倍感振奋。纲要草案紧扣制造强国战略，将发展实体经济、培育新质生产力、推动绿色低碳转型、提升产业链供应链韧性与安全水平摆在突出位置，对传统产业转型升级、新兴产业壮大、未来产业培育作出系统部署，为企业深耕实体经济指明了前进方向。

张波结合山东实际谈到，山东是制造业大省、民营经济大省，习近平总书记赋予山东“走在前、挑大梁”的重大使命，与纲要草案部署的重点任务高度契合。近年来，山东持续优化民营经济发展生态，为企业发展提供了有力政策支撑和良好发展环境。

他介绍，魏桥创业集团作为扎根山东的特大型制造企业，始终紧跟国家和山东省的战略部署，一心一意谋求更大发展。依托山东深厚的制造业底蕴和优质的营商环境，已形成纺织、铝业两大全球领先的完整产业链，同时，积极布局新能源、新材料、高端制造等产业。过去一年，在山东省委、省政府的关心和支持下，魏桥创业集团持续推动产业升级，加快技术改造和数智化转型，产业链不断向价值链高端迈进；强化科技创新，打造高级别科创平台，在高端铝材、智能纺织等领域取得系列核心技术突破；推进绿色转型，多个大型新能源项目稳步落地，深化同国家电网的务实合作，有效提升绿电占比；优化全球布局，稳步拓展海外业务，增强全球资源配置能力，不断提升国际竞争力。

谈及下一步发展，张波表示，魏桥创业集团将坚决贯彻落实“十五五”规划纲要部署，锚定“智能化、绿色化、融合化”发展方向，进一步做强做优核心主业，持续加大技改和创新投入，为新时代社会主义现代化强省建设作出新的更大贡献。

结合实践，张波提出建议：为进一步筑牢实体经济根基，加快建设以先进制造业为骨干的现代化产业体系，建议国家针对传统制造业企业转型升级制定重点专项规划，充分发挥国家制造业转型升级基金的引领作用，完善财税、金融、土地等配套政策支持体系，推动传统产业实现全链条、全流程的系统性重塑和升级。

全国人大代表、太平鸟集团董事长张江平：

## 强化电商平台知识产权保护，激发纺织集群效能



张江平

今年全国两会召开期间，全国人大代表、太平鸟集团董事长张江平带来了两条有关纺织服装行业的建议，分别为：关于改进电商平台知识产权保护机制的建议，关于发挥产业集群作用、推进纺织现代化产业体系建设的建议。两条建议紧扣当前纺织服装行业转型升级的核心痛点，从“软环境优化”到“硬基础夯实”，助力全产业链提质增效。

近年来，电商与直播销售发展迅猛，致使原创设计易被抄袭，侵权行为大规模向线上转移。张江平建议国家市场监督管理总局、国家知识产权局、国家版权局、

国家互联网信息办公室、商务部、工业和信息化部等部门协同：

**一是，制定电商平台知识产权保护强制性规则。**建议由国家职能部门牵头，中国服装设计师协会承办，广泛听取各方意见，制定部门规章或强制性国家标准，构建统一、高效的平台保护框架。

**二是，建立官方或专业第三方强制介入机制。**如平台对侵权投诉处理不及时或结论难以令投诉人信服，应由官方或权威行业组织建立强制介入

机制，确保投诉处理的时效性与公正性。

**三是，推动电商平台与专业第三方协作。**针对平台人员专业认知有限、行业了解不足及投诉高峰期人力紧张等问题，鼓励头部电商平台与行业知识产权保护组织合作，建立咨询培训机制，接入重点知识产权信息库，并可委托其承担部分审核工作。

关于发挥产业集群作用、推进纺织现代化产业体系建设，张江平建议中央社会工作部、国家发展和改革委员会、财政部、工业和信息化部、商务部、科学技术部、中国人民银行等部门协同：

**促进纺织中小企业竞争力提升。**一是强化创新引导与梯度培育。二是加大财税金融支持力度。三是完善监测预警与快速响应机制。四是推动数字化转型与能力建设。

**鼓励行业促进机构发挥关键作用。**一是深化专业服务能力。二是搭建协同服务平台。三是参与行业治理与标准建设。四是拓展国际交流与文化传播。

**推进产业集群分级分类建设。**一是建立分级分类标准体系。二是实施梯队培育与精准扶持。三是促进跨区域协同与开放联动。鼓励产业链关联紧密的集群共建共享创新平台；推动沿海与中西部、东北地区集群联动发展；支持集群积极嵌入全球产业链、创新链与价值链。□

(本刊记者\_郭春花 董笑妍 夏小云/整理)

菌草纤维产业链  
兼具乡村振兴、  
低碳产业、生物  
基新材料等多重  
战略意义，大有  
可为。



博览会现场。

# 抢抓“开门红”，掘金新商机！

## 第34届海宁家博会春日盛放

■ 本刊记者\_王利 陶红 边吉洁

三月的潮城海宁，春意盎然，向美而生。3月4—6日，为期三天的2026海宁中国·国际家用纺织品（春季）博览会（即第34届海宁家博会）在许村海宁中国家纺城璀璨举行。

作为2026年家纺行业的开年第一展，本届海宁家博会的意义不仅在于时间上的领先，更在于它对全年行业走势的预示和引领，在这里能看到真实的市场需求、前沿的产品趋势、落地的交易形态和涌动的全球商机。本届博览会以“智造·让家更美好”为主题，凭借超25万平方米的恢宏展览规模，汇聚了2500余家源头企业、品牌商，以更加国际化的视野、更具创新力的姿态，向全球客商展示“好面料，许村造”的崭新形象。

本届展会规划设置了家纺布艺展区、智能遮阳及窗饰辅料展区、“非遗东方 锦韵潮城”纺织非遗创意时尚展区、家居饰品展区、“时尚海宁锦绣许村”品牌服装面料展区、浙江理工大学科技艺术生活体验展区六大专业展区。展品涵盖窗帘布艺、沙发布料、墙布墙味、智能遮阳、窗饰辅料、纺织机械、家居饰品、纺织文创、服饰面料、床上用品、整体家居软装等多元化产品。从“一块布”到“一个家”，再到围绕“一个家”延伸的全产业链，海宁家博会正着力构建一个完整的家纺产业生态圈。

### 多方聚力，共筑海宁家纺新质未来

3月4日，2026海宁中国·国际家用纺织品（春季）博览会开幕典礼暨行业交流会隆重举行。中国纺织工业联合会副会长杨兆华、阎岩，云南省侨联党组书记、主席何长松，浙江省经济和信息化厅总工程师李永伟，嘉兴市人民政府副市长戴锋，浙江省市场协会会长张志益，海宁市委书记徐明良，海宁市委副书记、市长滕鸣娅，海宁市许村镇党委书记许新峰，宏达控股集团有限公司董事长沈国甫，海宁市家用纺织品行业协会会长曹咬强等领导嘉宾出席活动并参观展会。活动由海宁市人民政府副市长章如强主持。

来自全球纺织产业集群的代表、行业领袖、专家学者、海内外采购商代表等齐聚一堂，在“智造·让家更美好”的主题下，共同研判产业趋势，把脉未来方向。从制造到智造的跃迁，从传统到

尚的蜕变，许村以一场高规格的行业对话，向世界展示了海宁家纺的硬核实力与无限可能。

徐明良致辞表示，去年以来，面对复杂的外部环境与激烈的市场竞争，海宁家纺迎难而上、勇毅前行，在产品焕新、市场焕新、品牌焕新方面取得显著成效，海宁家纺入选了中国消费名品榜单，家纺城入选了全省首批专业市场高质量发展试点名单。“专业市场+块状经济”是海宁传统产业的先发优势，“十五五”时期全市时尚产业产值要突破1000亿元，加速专业市场升级、深化人工智能应用、提质服务保障效能，家纺城和家纺产业要发挥重要支撑作用。

“作为海宁的第一所本土大学，东方学院积极融入地方发展大局，在人才培养、科研创新、社会服务、创业孵化等多个领域取得了显著成效，为海宁的经济社会发展贡献了智慧和力量。”浙江财经大学东方学院党委书记童玉玲表示，站在“十五五”发展新起点，学校将充分依托和发挥海宁独特优势和资源，通过有效的校地、校企合作，持续拓展和深化产教融合发展，以更精准的人才培养、更有力的智力支撑，赋能海宁产业和经济社会的高质量发展。

浙江省商贸业联合会作为全省商贸领域的重要行业组织，一直以来都高度关注海宁家纺产业的发展。浙江省商贸业联合会会长骆光林呼吁大家纺企业以市场需求为导向，紧抓政策与市场双重红利：一方面加快技术研发与品牌建设，聚焦绿色材料、人工智能、文化设计打造高附加值产品，践行“双碳”目标；另一方面深化产业链协同，借力平台优势，打通国内国际双循环，在产品创新、渠道优化、服务升级中抢占市场先机。

中国国际贸易组织研究会国际产业创新合作专业委员会执行主任陈鑫辉表示，作为深耕国际产业创新与贸易合作的专业机构，专委会始终高度关注并全力支持家纺产业外贸高质量发展。未来，将充分发挥平台优势，助力行业对接全球优质资源。海宁作为中国家纺产业的重要集聚区与创新高地，为行业外贸发展、跨境创新

实践提供了优秀示范与坚实支撑，本届博览会的举办更为行业交流发展经验、深化产业合作、抢抓时代机遇搭建了高品质的交流合作平台。

“作为海宁特色产业的一张‘金名片’，四十余年的创新发展实现了海宁家纺从家庭小作坊到面向国际舞台的大产业，从低端产品制造到高端设计生产的发展跃升。”浙江省归国华侨联合会副主席周松一表示，作为海宁家博会的支持单位，浙江省侨联将持续发挥自身优势，以侨为桥、以布为媒，进一步链接全球优质资源，汇聚行业创新要素，推动海宁家纺深化国际合作、引领产业创新潮流，为广大家纺企业与海外侨商的沟通联系建起桥梁，让“海宁智造”“许村优品”走向更广阔的世界舞台。

“以家纺、服装为核心的海宁纺织产业，与浙江理工大学的优势特色学科高度契合。”浙江理工大学校长陈文兴表示，本届家博会期间，学校与家纺城将继续合作举办第七届“织锦技艺传承与创新”主题沙龙、“非遗东方 锦韵潮城”纺织非遗创意时尚展，还将首次共同举办“科技艺术生活体验展”等活动，希望通过交流和展览，将更多的创新材料、创意元素、创新理念等导入产业，助力海宁时尚产业高质量发展。

杨兆华表示，近年来，海宁家纺坚持“科技+文化”双轮驱动，许村实现“从布到家纺”全链条产业跃升，这正是新时代中国纺织工业自立自强、创新求变的生动缩影。面向未来，杨兆华对行业发展提出三点希望：一是坚守实业、做强主业，以品质筑牢根基，以品牌提升价值；二是坚持创新驱动，深化科技、文化、时尚融合，加快数字化、绿色化转型；三是胸怀大局、开放合作，积极融入新发展格局，不断提升我国家纺行业的国际竞争力。

活动同期，还举行了“海宁家纺杯”2026家用纺织品创意设计大赛启动仪式。

### 供销两旺，双向奔赴抢占市场先机

展会首日，一大早，海宁中国家纺城尚未正式开馆，登录口已是人潮涌动。拉着行李箱的采购商从全国各地赶来，操着不同口音的客商在展馆外排起长队，这是2026年家纺行业开年第一展的火热开场，更是买卖双方双向奔赴的生动注脚。

走进海宁澜园纺织品的门店，仿佛步入一个个精心布置的家居生活场景。来往客商络绎不绝，交流洽谈声此起彼伏，汇成一曲热闹的春日交响。据公司总经理戴庆虎介绍，今年展会他们带来了高精度、雪尼尔、棉麻等14个系列的新产品，以高性价比、过硬品质和独特设计吸引了一大批忠实“铁粉”慕名而来。“很多老客户今天展会刚开门就直奔我们展位，等着看今年的新品。”戴庆虎手中的订单簿已密密麻麻写满意向客户的信息。

连续多年从杭州赶往海宁参展的杭州恒睿纺织品有限公司本次

带来了羊毛、棉麻、特色纱三大系列的40余款创意升级的最新产品。“我们的强项在于研发设计，只做自己原创的、有特色的东西。春季是家装旺季，也是消费者换新窗帘的高峰期，为了这次展会，从去年6月份我们就开始研发新产品，希望拿出最好的产品，抢抓这一波开门红。”展位负责人孙利红介绍，这次展品通过加入棉麻、羊毛材质提升手感和质感，色彩自然柔和，整体风格简约大气，文化审美升级，展现差异化的格调感。

“正月里来是新年，头彩生意抢先机。”一位来自山东的采购商笑着说，“第一站必须来许村，因为这里是源头。看完展直接去工厂，效率高、信任度高。今年展商带来的新产品特别多，逛完这个展，就能看到当前家纺行业最新的流行趋势。”

采购商的热情、信任与展商的创新、信心，共同绘就了春日许村供销两旺的火热图景。而这背后，是海宁许村四十余年的产业深耕。作为国内最大提花面料生产基地、产销中心之一，近年来，海宁许村积极打造世界级家用纺织品产业集群先行区，并紧抓纺织国时尚流量，积极拓展大提花在中高端服饰面料领域的应用，走出了一条传统与时尚、文化与纺织融合发展的转型之路。

### 不止于展，产城融合领航创新风向

从2001年首届至今，二十五年，三十四届，这个由市场自发生长起来的展会，以坚实的海宁家纺产业集群为依托，早已成长为专业类国家级展会，超越了单纯的展销功能，成为中国家纺产业的一个缩影、一个窗口、一个生态。从产业建设到城市融合，从单一制造到全链发展，海宁正在走出一条独特的产城融合之路。许村这个小镇，因为一块布、一个展，成了全球家纺人每年必到的地方。

以本届展会为契机，海宁中国家纺城积极推进“传统文化+数智赋能+品牌驱动”融合发展，打造全国中高端市场标杆，擦亮“中国皮革看海宁、中国布艺看许村”的金字招牌。本届展会活动丰富，内容多样，有同城直播获客升级班、第七届“织锦技艺传承与创新”主题沙龙，以及第四届“许村优品”家纺外贸对接会、“织彩未来·设计潮向——一马当先，春启新章”新美学设计师沙龙、“原创新风尚·双城共对话”服装面料与原创服装品牌推介活动、“东方新序·设计共生”主题沙龙等多元活动，这届家博会的“隐藏节目单”比明面上更丰富。

在专业交流与灵感碰撞之外，暖心的服务也为展会增添了温度。今年展会期间，主办方推出了“开门红包等您领”“红包抽抽抽，新春暴富来！”“休闲一刻”三大引流活动，下单抽红包、路费换红包、休闲区茶歇……这种更接地气的服务看似简单，却让采购商忙碌的采购旅程充满温馨与惊喜。

潮城聚势，纺动未来。在这个充满希望的季节，海宁许村正在书写“一块布”的无限可能，也在编织着千家万户的美好生活。



主题沙龙现场。



## 紧扣时代脉搏，非遗焕新未来

### 第七届“织锦技艺传承与创新发展”主题沙龙召开

3月4日，作为海宁中国·国际家用纺织品（春季）博览会主题活动之一的第七届“织锦技艺传承与创新发展”主题沙龙举办。织锦是中华文明千年传承的艺术瑰宝，承载着民族文化基因与工匠智慧。本次活动汇聚国内非遗传承人、行业专家、企业代表及技术研发机构，共同聚焦中国纺织非遗的传承，探讨织锦技艺如何在坚守传统的同时焕发新的时尚活力。会上还举行了浙江理工大学—海宁中国家纺城共建纺织非遗传承与创新研究所合作签约，以及纺织文创展销合作项目签约仪式。

主题沙龙由浙江理工大学、海宁中国家纺城股份有限公司、浙江理工大学织锦非遗研修团队主办，浙江省纺织工程学会非遗传承与发展专业委员会、浙江理工大学—海宁中国家纺城纺织非遗创意馆、浙江理工大学—海宁中国家纺城纺织非遗研究所共同协办。浙江省纺织工程学会非遗传承与发展专业委员会秘书长、浙江理工大学织锦研修班骨干教师金肖克主持。

#### 让非遗活在当下，让传统引领未来

海宁市人民政府副市长马哲峰表示，织锦作为中国传统提花丝织工艺品，其技艺可追溯于殷商时期，文化底蕴厚重绵长。海宁是全球提花加工产销中心和国风电商的重要基地，始终将织锦技艺传承与创新作为家纺产业高质量发展的核心抓手，在坚守传统中寻求突破，在传承文脉中实现升级。接下来，海宁将积极引入人工智能等技术，让传统的织锦元素与现代生产时尚设计完美结合，让非遗文化模式成为传统工艺融入现代生活的生动典范，提升海宁家纺区域品牌影响力与核心竞争力。

中国纺织产业集群工作委员会副主任兼秘书长、中国纺织工业企业管理协会副会长张海燕指出，让纺织非遗经典走出博物馆，让经典织锦纹样融入现代纺织时尚，让织锦文创走进现代生活，已成为业界对纺织非遗传承与创新发展的路径共识。近年来，传统织锦逐步走进现代家居场景。对于非遗技艺的传承与发展，有许多优秀的经验值得传播和推广，如：海宁家纺城立足产业基础，着力打造时尚面料创新中心、纺织非遗文创馆等平台，积极发展文创衍生品，创新消费场景，既为非遗传承注入市场活力，也为国风面料开辟时尚新赛道；浙江理工大学依托纺织专业院校独特优势，持续赋能纺织传承发展，赋能人才队伍建设。

#### 守传统之根，开创意之花

浙江汇明织锦文化股份有限公司设计总监霍点点介绍说，企业

用五年时间打磨的“向上签”系列产品，结合了东方香道，包含了展陈艺术、互动游戏、文化传承、自我修行、身心养育等方面。在重视社交互动的理念下，丰富了产品细分，一年时间累计达600多个单品。以做正确的事为信仰，用爱传递东方文化，企业近年来又衍生了盖毯、民俗、觉物、壁画等系列品类。

壮瑶风采锦绣专业合作社社长冀麒宇回顾了合作社自成立以来的大事记。目前，合作社成立5年已经获得28项国家级荣誉。2025年以来，培养华服工匠1700多人，合作社所在地入选全国乡村旅游精品线路，文旅非遗带动当地2.5万人的就业。2026年开春，其文创作品——壮锦小马登上央视春晚，累计一个月出货量4万余只。他感谢各界人士对于壮锦的支持和培育。

嘉兴盐田织彩文化创意有限公司董事长秘书王叶斌介绍了源于中国百步的非遗土布织造技艺——全彩织锦，以及公司通过技术赋能、标准引领、产业链支撑三条主营业务线，逐步解决传统织锦面临的色彩受限、产能瓶颈和标准缺失的困境。

主题沙龙上还邀请到成都市乔永平蜀锦大师工作室负责人乔永平，景宁畲族自治县刺绣协会会长潘丽娟，靖西市壮锦厂李村灵大师工作室厂长、壮锦国家级传承人李村灵，杭州牧金织锦文化有限公司副总经理高明媛，纺织行业非遗推广大使、海宁中纺面料科技有限公司总经理贺荣，广西丹凤壮锦文化发展有限公司董事长梁恒源等嘉宾进行了分享。

#### 匠心传承，织就华章

浙江理工大学二级教授、博导，织锦研修项目负责人祝成炎在“纺织非遗的传承与发展——趋势与路径”的专题报告中分享了多个具体案例。今年是“十五五”的开局之年，中国服装市场处于从规模扩张转向品质提升和文化赋能的新阶段，纺织非遗产品一定要赋能大类刚需，服务消费潜力群体情绪。对此，他建议，在设计层面，通过非遗将东方美学、工匠精神与现代设计有机融合，提升文化价值、情绪价值；在技术层面，采用新材料、新技术，将非遗产品在服用性和功能性上全面提升至现代化纺织品水平；在智能化层面，积极拥抱AI，借助工具对纹样进行风格拓展，构建智能化生产，完成从纹样设计到成衣生产的全链路开发。

从织锦技艺的传承守护到文创产品的创新破圈，从AI技术的深度赋能到产业链的全面升级，纺织非遗正走出博物馆、走进日常生活、走向更广阔的舞台。未来，在守正创新的道路上，业界更要携手同行，让传统文化在时代浪潮中薪火相传、生生不息。

## 以创新匠心会四海知音

### 2026春季“许村优品”家纺外贸对接会如期而至

马力全开，远销全球。3月4日下午，第34届海宁家博会期间，由中国家用纺织品行业协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合主办，海宁中国家纺城股份有限公司倾力承办的2026春季“许村优品”家纺外贸对接会正式启动。

尽管对接会前，工作团队也因“展会时间较早”、“海外买家出行不确定性较多”而心存担忧，但现场，来自全球包括哥伦比亚、秘鲁、白俄罗斯、乌克兰、哈萨克斯坦、巴基斯坦、印度、伊朗、孟加拉国、肯尼亚、也门、尼泊尔等在内的四十多个国家的百余位顶尖国际采购商的如期而至，给予所有人以强有力的信心振奋与鼓舞。

#### 嘉宾莅临助阵，拉开国际合作共赢序幕

许村，因布而兴，因纺而盛。作为海宁外贸经济的压舱石，许村家纺正以前所未有的开放姿态，拥抱世界。而“许村优品”家纺外贸对接会的举办，自然也受到了上到政府、下到企业的高度重视。

海宁市人民政府副市长章如强、海宁许村镇人民政府党委书记许新峰、海宁许村镇人民政府党委委员高立超、外商嘉宾代表呷施公司总经理阿曼多、海宁中国家纺城股份有限公司董事长殷晓红、义乌市博裕会展服务有限公司总经理钟佳媚等重磅嘉宾莅临现场，为活动助阵。

章如强在致辞中表示：“历经三届积淀与革新，‘许村优品’家纺外贸对接会的品牌效应和平台价值正不断释放。期待通过这一平台，让更多优秀的国际采购商与海宁本土企业深度对话、深化合作，在面对面交流中寻觅商机，在互利共赢中携手前行。”

阿曼多表示：“秘鲁拥有悠久的纺织传统，同时也是拉美地区最大的纺织品市场之一的加拉马市场所在地。由中国投资兴建的秘鲁新尚卡港将大大缩减中国秘鲁贸易的周期，并为贸易双方带来库存资金占用减少、市场趋势响应速度加快、价格竞争力提升等多重优势。”



与会嘉宾合影。

#### 国际采购商踊跃赴约，探索家纺产业源头优势密码

据悉，此次到场的国际采购商，除了前几届的“老朋友”外，很多“新朋友”都是为了对接会专程从国外飞过来。

来自伊朗的youkabed主要从事沙发布、窗帘布经营，期望寻找高品质、价格优的产品及合作工厂。“虽然第一次来许村，还没怎么逛，但已经可以感觉到，整个展会里的产品非常齐全，涵盖家纺全品类。产品的品质也特别卓越，款式、花型特别丰富多元，我已经忍不住要赶紧挑选心仪的好产品，把它们尽快发到我的国家了。”

由6家印度企业组成的印度买家团，则是被展会在海外的宣传中一句“源头产业基地”吸引而来。作为代表的DEEPAK在采访中告诉我们：“我们主要是想看沙发布，这是我们第一次来到许村。现场考察后，能够明显感受到许村在沙发布的研发方面有很大优势，且因为是产业源头，即使是中高端定位的产品，也有不错的价格优势。”

而让这些国际采购商“发现”许村、知道海宁家博会的背后，则是展会及对接会团队的不懈努力。义乌市博裕会展服务有限公司总经理钟佳媚在采访中表示：“在政府支持下，我们做了很多线上线下的宣传工作，线上通过国际社交媒体全年发布宣传，线下在有国际影响力的展会、市场地推、发邀请函。通过这样日积月累的工作，才取得现在这么好的效果。”

#### 家纺展商实力尽显，前瞻响应全球买家升级需求

值得注意的是，区别于往届对接会，本次现场未曾设立小型展示区域，采纳历届参与展商及国际买家建议，将参展商范围扩大到所有展会参展企业，旨在让每一个布局外贸市场的企业都能更全面地展示自己的风采。

经营加工百分比全遮光窗帘的嘉可嘉纺织科技有限公司以外贸业务为主，市场包括韩国、日本以及印尼、马来西亚、泰国等东南亚国家。公司负责人表示：“作为在许村成立十几年的企业，我们通过近几年展会的国际化升级，看到利好趋势，所以选择过来参展。”

而作为许村最大的窗帘公司，和心窗饰的销售市场已遍布全球130多个国家和地区。和心窗饰负责人张得力透露：“除了款式多、品质好外，这也得益于我们的全自动化工厂，让我们可以做到更快交期，并把性价比做到极致。从早上到现在，我们已成交300多单，预计还会有200多单能够达成。”

2026春季“许村优品”家纺外贸对接会带来的国际采购商活跃在海宁家博会的各个角落。我们相信，每一份来自许村的创新、匠心都不会被忽略，这些来自全球的知音，会用真实的采购订单，肯定许村家纺企业的创意与诚意。





海宁、深圳双城携手迸发出1+1&gt;2的发展合力。

## 潮城面料牵手鹏城设计，迸发向上合力

3月5日，作为2026海宁中国·国际家用纺织品（春季）博览会的重磅配套活动之一，“原创新风尚·双城共对话”——服装面料与原创服装品牌推介活动由海宁中国家纺城、海宁家纺协会同深圳原创时装周、杭州师范大学美术学院联合举办，开启了海宁家博会×深圳原创时装周产业融合的重要篇章。

据了解，2025年海宁市家用纺织品行业协会与深圳原创时装周强强联合，共同签署《许村—深圳纺织服装产业战略合作框架协议》。两地产业优势互补、相得益彰，本次活动便是以此为基础，通过面料为媒、设计为桥，紧扣“原创设计”核心，链接许村面料原创硬实力与深圳成衣设计创新活力，携手构建从纤维到时尚的产业共生新生态，开创纺织服装产业设计与制造深度融合的全新典范。

### 双城携手，优势互补

“从一块布到一座城，许村不仅拥有全国最大的家纺面料生产基地和全球最大的提花家纺产销中心，还有着得天独厚的区位优势，是杭海同城发展的核心枢纽，更是长三角时尚产业资源集聚的重要节点。2025年全镇规上家纺、服装产业地区生产总值首次突破200亿元，经济发展势头强劲，产业发展根基坚实。”许村镇党委委员高力超表示，深圳是中国原创服装的前沿阵地，许村是高端服饰面料的核心供应地，两地产业互补性强、合作空间广阔。

深圳服装供应链协会秘书长解金生表示，深圳原创时装周一直致力于“设计驱动产业”，而Fashion Source时尚之源深圳展则专注于打通“纱线—面料—成衣”的全产业链闭环。本次带领27位品牌主理人与设计师组成的“FS买家团”走进许村，正是希望完成一次精准的双向奔赴，希望设计师们找到最源头、最独特的面料资源，降低研发成本，实现创意的快速落地，也期待设计师的创意灵感反哺到面料研发与产品升级。

### 企业对话，直击痛点

“ASKART余岸观墨”是浙江千巢文化产业发展有限公司旗下高端原创提花面料设计品牌。该品牌以“材料设计”为起点，融合东方与当代美学，探索生活美学的边界。浙江千巢文化产业发展有限公司主理人李敏梁表示，公司选择从宋锦、云锦等顶级传统真丝工艺入手，终极目标是成为传统文化的忠实传承者与当代美学的积极推动者，让设计成为连接古今的桥梁，令传统工艺焕发新的生命力，

同时为现代生活注入更深厚的文化内涵与艺术价值。

海宁中纺面料科技有限公司总经理贺荣拥有纺织行业非遗推广大使、浙理工一家纺城纺织非遗创意馆馆长等多重身份，致力于推动纺织非遗织锦技艺传承发展。“我的初心是让更多人了解提花织锦技艺，愿景是助力纺织非遗技艺在现代社会重焕生机。”贺荣说道。为此，贺荣创建了海宁本土面料品牌“蝶锦”，多次走进中国国际时装周，让承载着非遗元素的织锦技艺演绎当代表达，让海宁时尚面料绽放国际舞台。

浙江织里外丝绸有限公司在总经理朱杰的带领下，积极响应政府号召，精准把握国风时尚浪潮，率先从传统家纺面料转型至服装面料领域，走出一条差异化发展路径。公司依托许村完善的供应链体系，专注采用特别纱线，将真丝与羊毛、棉麻等进行混纺，结合高端智能进口织机与精湛后整理工艺，形成企业独特优势。公司长期备有现货近100万米，年产能突破300万米，拥有强大的智能生产体系与制造能力。朱杰希望，借助深圳设计的广阔想象空间，持续提升公司产品设计与市场适配能力，进一步巩固在行业中的影响力。

“我们的理念是从情感出发，做有思想的设计。我们的品牌服饰在继承上一辈老设计师丰富经验的基础上融入新时代的设计理念，即至简如一、精致舒适，款式简洁却与众不同，突出了东西方人文气质与精致工艺。”吉纳时尚文化（深圳）有限公司总经理那乙麟介绍，公司自主品牌“祺飞”服饰由自己设计、生产并销售，保证了品牌服饰的品质与风格的稳定性和可持续发展性。

深圳市云米供应链管理有限公司总经理李云认为，服装的核心逻辑是面料服务款式、款式服务搭配、搭配服务场景，从供应链成本管控角度，品牌需先确定主题颜色、花稿等材料核心要素，再推进设计，避免设计师天马行空的产品开发增加企业经营与成本管控的难度。而许村的面料产业底蕴深厚，提花面料处于全国领先地位，希望本次活动能促成潮城与鹏城的产品深度联动，让深圳设计师找到优质面料，让许村面料商与品牌企业达成良好合作。

本次活动是海宁与深圳时尚产业融合的一个美好开端。如今的许村，家纺与服装双轮驱动，宋锦、真丝、章缎、金银丝国风面料等高端品类齐聚，海宁的面料为原创设计筑牢根基，深圳的设计力量也在助推海宁时尚产业发展，双城携手将迸发出1+1>2的发展合力，开启区域协同赋能的全新篇章。

## 六观聚力，洞见家纺设计新航向

### 新美学设计师主题沙龙成功举行

3月4日，“织彩未来·设计潮向——一马当先，春启新章”新美学设计师主题沙龙于海宁许村家纺城国贸会展中心正式启幕。本次活动由万蕴智、王羽飞、任洁、陈隽、张昕婕、阿旭六位行业资深人士联合策展。

本次沙龙论坛以“跨界、AI普惠、人间五色、定心、折叠时间、杭州OPC”六大核心理念为锚点，由六位联合策展人联袂发起分享，聚焦设计思维、生活美学、工具革新等多个维度，共同探讨布艺设计实战路径。

湖州万艺软装设计有限公司创始人万蕴智提到，跨界从来不是脱离设计本质的转行，而是以专业为底色，链接多元领域的优秀人才，拓宽设计的落地场景与价值边界。同时她强调，跨界不是盲目突破，而是以审美为根基，打破设计行业的赛道壁垒，让设计师在坚守审美初心的同时，收获更从容、更广阔的职业成长空间。

森染文化创意有限公司艺术总监王羽飞精准剖析了传统设计行业长期存在的两大核心痛点：一是设计创作正向灵感推演逻辑，与商业设计逆向结果导向之间的内生矛盾；二是单品与整体空间场景的割裂，所造成的甲乙双方认知偏差。他指出，行业亟待向效果图前置、可视化沟通、与客户共创的整案模式转型，而AI技术正是核心破局抓手。

普洛可色彩美学社总经理、元色设计设计总监张昕婕认为中国传统色彩的内核，始终是以生产力发展为前提、以实用为根本。在当代设计语境中，我们应跳出对传统色彩的浅层符号化复刻，立足当下成熟的工业体系，成就适配当代生活、真正鲜活流动的设计语言。

上海喆韵设计事务所创始人任洁提出了回归本心、锚定本质的当代设计核心观点。她直言，真正有生命力的设计，应以空间为载体，在老



与会嘉宾合影。

宅的时光肌理、材料的本真质感中锚定生活核心，不逐潮流、不慕浮华，以精工打磨创作，于方寸间守住设计定力。

陈设设计师、家居美学馆构架师陈隽叙述了新美学创造的核心理念与落地体系，打破传统设计行业仅聚焦专业技术、陷入物化内卷的发展困境，应通过IP打造、跨界融合与故事化表达满足客户的情绪价值需求，为设计行业破局转型、实现审美传递与商业价值双赢提供全新路径。

杭州艺类时空数字科技有限公司设计总监阿旭认为以创始人为核心的“一人公司”正迎来爆发期。对于设计师等创意从业者而言，需要抓住当下的技术、市场与新质能力红利，跳出传统单次服务的局限，借助AI实现服务与能力的规模化复制，实现商业跃迁。

最终，这场主题沙龙以思想碰撞收官，为家纺设计行业留存绵长思考与前行力量。

## 从“一块布”到“一个生态”

### “东方新序·设计共生”主题沙龙探讨时尚产业升级

当“东方新序”的号角在钱塘江畔吹响，“设计共生”的理念便有了最坚实的产业回响。3月5日，作为2026海宁家博会配套活动之一，“东方新序·设计共生”主题沙龙在海宁许村举办，本次沙龙聚焦“设计共生”，融合中国传统工艺、非物质文化遗产、新材料科技与可持续发展战略，以设计为纽带提升中国文化在全球时尚舞台的表达力与影响力。

本次沙龙由海宁中国家用纺织品博览会组委会、海宁市家用纺织品行业协会、海宁中国家纺城股份有限公司主办，深圳服装供应链协会、杭州师范大学美术学院协办。旨在通过搭建跨界桥梁，成功引入深圳的顶尖原创设计力量与杭州的前沿学术资源，实现原产地面料创新与原创设计创新的双向奔赴，构建覆盖原料、设计、人才孵化的全链条合作生态。

海宁家纺协会会长曹咬强表示，原产地面料与原创设计深度融合，是纺织服装产业高质量、可持续发展的必然路径，希望能通过产业上下游的交流合作，以设计师们的原创力量为许村提花面料原产地的高质量发展注入强劲动力。

深圳服装供应链协会秘书长解金生表示，此次实地走访，让团队深刻认识到设计与产业深度融合对于推动行业高质量发展的重要意义，也充分印证了优质制造能力在创意落地与商业价值转化过程中的关键支撑作用。

十年沉淀，根基已成。杭州师范大学美术学院教授孙尔随后介绍了杭师大美术学院高端设计师孵化中心的发展历程和核心成果，系统阐述了该中心依托当地纺织产业基础所实现的社会、经济与育人三大价值协同，



主题沙龙现场。

并规划了未来深化产教融合、推动原创设计赋能产业升级的发展路径。

当前，中国时尚产业正处在产业高质量发展、品牌价值攀升的关键时期。设计是产业灵魂、潮流是发展风向，迈向品牌强镇与时尚高地需顶尖创意赋能，这与“设计共生”理念高度契合。现场，杭州师范大学美术学院党委书记倪洪江，许村镇党委副书记、镇长王水鑫，海宁市人大常委会副主任曹毅分别就高校人才培养与成果转化、许村非遗织锦技艺与智能纺织、构建特色鲜明的时尚产业生态等议题展开深入探讨。

未来，随着“东方新序·设计共生”理念的持续深化，许村将朝着“东方时尚新标杆、设计智造共生地”稳步迈进。随着深圳顶尖设计力量、杭州前沿学术资源与海宁雄厚产业基础的持续碰撞，一个以东方美学为根基、以原创设计为核心、以全链协同为支撑的时尚新生态也将加速成型。TA



从真、善、美三个维度，可以窥见柯桥纺织转型方向。

## 于经纬间，解码柯桥纺织的“真、善、美”三原色

■ 本刊记者\_边吉洁 文/摄

纺织服装是集“真、善、美”于一身的伟大事业。作为国民经济的支柱产业、共同富裕的民生产业，它在服务国家富强、民族振兴、人民幸福的进程中，发挥着无可替代的作用。

柯桥，这座立于“布”之上的城市，拥有全球规模最大的纺织品集散中心——中国轻纺城。因纺织而崛起，因纺织而繁荣，历经数十年积淀，这里已构建起完善的纺织产业体系，成为世界瞩目的纺织产业集聚区。“柯桥纺织”更成为全国首个价值突破千亿的纺织区域品牌。数据显示，2025年中国轻纺城线上线下市场总成交额已超过4400亿元。

在全球经济形势复杂多变、行业竞争日益激烈的“内卷”压力下，柯桥纺织产业却能逆势而上，实现高质量发展，其背后究竟隐藏着怎样的密码？当我们通过“真、善、美”三个价值维度，深入剖析柯桥纺织产业的脉络，便能清晰地看到，柯桥纺织正凭借持续科技创新、坚实的责任担当和深厚的文化自信，在这三个维度上不断深耕细作，为纺织产业的转型升级与可持续发展提供了鲜活的样本与宝贵的经验。

### 守“真”： 以科技突破边界，定义产品新高度

走进中国轻纺城东升路市场户外功能面料专营区的福良纺织科技有限公司，展厅内陈列着功能性面料与防护产

品，扑面而来的科技感与安全感令人印象深刻。耐切割、阻燃耐高温、高耐磨、防热辐射等系列产品整齐排布，应用场景横跨军队消防、石油勘探、钢铁冶炼、汽车制造、潜水登山、竞技体育等诸多领域。在这里，纺织的内涵早已超越穿着的传统范畴，蜕变为守护生命安全、提升工作效率的硬核屏障。

“福安泽四海，良品惠天下”——这不仅是一句企业宗旨，更是福良纺织产品逻辑的真实写照。作为一家专注研发与生产特种功能性纺织品的企业，福良纺织凭借在高性能纤维领域的多年积累，实现了多类高新功能纺织品的自主生产，逐步打破国外技术垄断，填补了国内相关领域的空白。

在众多产品中，防割面料是其拳头产品之一。公司柯桥区负责人刁庆涛介绍了一款新研发的防割面料，该面料以超高分子量聚乙烯为主要材料，融入钨丝、钢丝等多种材质混纺而成，能有效抵御刀具、玻璃、金属棱角等尖锐物的伤害。这款历时约一年开发的面料，由国内安保公司定制，目前已进入打样制衣阶段，其功能完美契合实际职业需求。

值得一提的是，尽管特种面料普遍具有厚重硬挺的特

点，福良纺织仍通过优化纤维配比与改进工艺，实现了产品的轻量化升级，在确保防护性能的同时兼顾穿戴灵活度。针对冶金、铸造、消防等高温作业环境，公司开发出可耐受580摄氏度甚至更高温度的面料，确保工人在极端环境下仍能安全、灵活作业。这种对“实用性”与“人性化”的双重关注，正是“科技守护生命”理念的生动体现。

支撑产品持续迭代的，是扎实的研发体系与严格的标准执行。福良纺织广泛运用对位芳纶、间位芳纶、聚酰亚胺、玄武岩纤维等高性能纤维，并依据客户具体场景进行定向开发与量身定制。同时，企业严格执行国标、欧标、美标等多重认证体系，涵盖GB8965-98、GA10-2002、EN388、EN381-5、NFPA2112、NFPA1977等相关标准，从源头保障产品可靠性。截至目前，福良纺织已获得多项功能性纺织布料专利，未来也将继续深耕材料科学与工艺创新，开发结构更复杂、性能更高的产品，不断拓展特种面料的应用边界。

守真者，守其本亦拓其新。福良纺织深耕功能纺织领域，既守护着每一位劳动者的安全，也持续推动着整个行业向更高维度迈进。

### 向“善”： 以人为本，编织可持续发展

在纺织行业面临环保升级与消费转型的今天，如何将“绿色”贯穿生产全程，又如何让面料真正服务于人？

真正的绿色，从源头开始。据沃格纺织主理人龚龚介绍，沃格纺织的绿色实践始于纱线端，严格把控原料环保标准，逐步减少对化纤的依赖，转向羊毛、棉、蚕丝、亚麻等天然纤维。如今，公司95%的产品采用天然纤维，既提升了舒适性，也回应了市场对环保日益强烈的需求。

这场转型并非一日之功。自2020年起，沃格纺织便逐步向天然纤维方向探索，经过数年铺垫与市场验证，于2023年迎来显著成效。“初期投入虽大，但长期来看，这不仅提升了产品附加值，更筑牢了品牌的市场竞争力。”龚龚坦言。

为构筑差异化竞争壁垒，沃格纺织持续加码研发投入，深耕纤维创新与后整理技术突破。例如，通过亚麻与天丝、羊毛的混纺工艺，改善亚麻面料易皱、僵硬的短板；推出季节限定产品矩阵，冬季的发热保暖面料、夏季的凉感透气材质，皆通过纤维创新与后整理工艺实现功能突破；部分面料搭载抗菌、防螨功能，在绿色环保的基础上叠加健康附加值，为消费者提供更贴心的穿着体验。

在沃格纺织，产品开发始终围绕“人”展开。“我们根据



市场趋势与成衣效果反推面料开发。如果明年流行连衣裙，团队便会专注开发适合连衣裙的面料。这种从需求出发的逻辑，让产品更贴近消费终端。未来，我们将继续坚守以人为本的初心，持续探索新材料、新技术，加大在环保与健康属性上的研发投入。”在龚龚看来，随着消费者对品质、舒适与环保的要求日益提升，天然纤维与差异化产品必将迎来更广阔的市场空间。

从一根纱线的绿色抉择，到一块面料的人本设计，沃格纺织以务实而前瞻的实践，诠释着纺织行业的“向善之道”：善，是对自然的敬畏，是对人的关怀；是产品之善，更是发展之善。而硬核产品的背后，正是这份柔软而坚定的向善初心。

### 创“美”： 文化新生，引领时尚东方叙事

经纬之间，国风新生。在快节奏的现代纺织服装市场，国风浪潮却以一种深邃而持久的生命力席卷而来。它不再仅仅是博物馆里的纹样复刻，更是一种融入日常、引领审美的文化新生。

在蜀润纺织总经理喻晓燕看来，国风的流行绝非偶然。“它应该一直都会流行。”喻晓燕笃定地说。这股生命力源于国风内核的舒适度与焕然一新的视觉体验。与传统西装、衬衫的固定范式不同，国风服饰只需在领口、袖口等细微之处融入精巧设计，或是选用一种垂坠感强、飘逸灵动的面料，便能瞬间让人焕发出与众不同的神采。

然而，蜀润纺织所践行的国风，早已超越简单的纹样应用。“国风里面有轻国风、中国风，还有现在划归进来的老钱风……元素是多样性的。”喻晓燕指出，真正的国风产品，是纹样、材质、工艺、色彩四位一体的系统创新。

在纹样设计上，竹、梅等传统意象经过解构与重组，焕发出新的生命力。“如今的国风纹样，早已不再是简单的一朵花、一枝竹。”喻晓燕手持色卡举例说明：通过大花与小花错落搭配、城市元素与自然意象巧妙融合，才能构建出层次丰富、富有张力的视觉效果。在色彩选择方面，除了经典的白、粉等色系，爱马仕红、鎏金等流行色彩也与传统色调碰撞融合，能够灵活适配从春节喜庆场景到春夏清新氛围的多元需求。2026年适逢马年，蜀润纺织推出以“马”为主题的系列创新面料，将传统吉祥文化与现代时尚设计相结合，面料以各式骏马图案为核心，气势恢宏，寓意事业腾飞、前程远大，紧密契合中国文化中“马到成功”的美好寄托。

面对市场同质化与快速迭代的挑战，喻晓燕将破局关键锚定于“差异化”，而这背后离不开坚实的产业链掌控力。蜀润纺织与高端染厂、坯布厂建立独家或深度合作，从源头确保品质与稀缺性。喻晓燕展示了一款仿真丝面料，“真丝面料单价往往上百元，这款面料仅需三四十元，手感与垂坠感却媲美真丝，且更易于打理。”通过此类材质创新，蜀润纺织既提升了产品性价比，也降低了国风服饰的日常穿着门槛，让东方美学真正走进寻常百姓家。

从一卷卷备在仓库的现货面料，到一件件闪现于街巷的国风成衣，国风文化的现代复兴是根植于文化自信的审美觉醒。依托于扎实的产业链创新，它正以一种舒适、日常、多元的姿态，重新定义着东方美学，在经纬交织中，焕发出强劲而持久的生命力。



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

# 转型破局开路，产品服务共进

## 专访绍兴华杨纺织有限公司总经理张莉

■ 本刊记者\_唐小狄 文/摄

柯桥是全球最大的纺织面料集散地之一，每天有无数的布料从这里发往全国各地，这座“布上之城”里，就有绍兴华杨纺织有限公司这样一家专注裤装面料的企业。总经理张莉在布料行业已经摸爬滚打了近三十年，从早年在石家庄的女裤批发，到后来转型男裤，如今又重返女裤赛道。在她看来，面料生意归根结底就是两件事：把产品做对，把客户处好。

这份理解，贯穿了华杨纺织的发展脉络。产品上，他们坚持走差异化路线，从原料入手反复调试配比，让面料在舒适度和质感之间找到平衡。服务上，他们建立了严格的质检流程，从每道工序的排查到染整缸差的控制都力求精准，确保客户拿到手里的每一批面料都稳定可靠。正是这样的坚持，让华杨纺织在竞争激烈的柯桥市场上逐步建立起自己的口碑。

### 三十年坚守，在裤料赛道深耕和拓展

张莉与柯桥的布料之缘始于1996年，她随家人从四川来到这里，初次踏入布料行业；1999年，她北上石家庄从事布料二批工作，并由此开启了在女裤面料领域的深耕。随着北方市场格局演变，石家庄的女装面料优势逐渐弱化，张莉于2013年果断转型，切入男裤面料赛道，成立华杨纺织。基于多年积累的行业洞察与资源，她于2017年在柯桥开设了属于自己的门市部，持续聚焦于男裤面料的专业领域。

如今，在男裤业务稳步发展的基础上，华杨纺织决定重新切入女裤面料市场。对张莉而言，这不是从零开始，早年积累的女裤经验，加上这些年做男裤沉淀下来的工艺把控和供应链底子，正好能用在新的产品线上。华杨纺织希望把男裤开发中对面料稳定性和品控细节的讲究，带进女裤面料的打磨中，让两条业务线并行推进，这样客户选择多一点，企业的路也走得更稳一点。

“女装的量肯定比男装大，但操作起来不一样。”张莉说。男装客户大多是品牌订单，开发周期长，产品定型后就是几米起订；女装市场变化快、时尚度高，客户更看重反馈速度和流行度。但华杨纺织在原料和工艺上的积累，可以直接迁移到女裤开发中，不需要从头摸索。

从去年开始，她陆续走访深圳、杭州、郑州等地的女装市场，和品牌客户聊思路、看样品。让她有信心的是，不少客户对华杨纺织的开发方向是认可的。“你跟他聊面料、聊工艺，他能感觉到你是懂行的。”张莉说。2026年华杨纺织正式启动女裤产品线，主打通勤休闲和带有流行元素的差异化面料。针对春夏，华杨纺织推出了天丝棉麻系列的裤料；针对秋冬，则围绕羊毛、羊绒感的混纺面料做开发。



张莉

### 以创新打磨产品，用服务赢得信任

在当前客户需求日益多元且精细化的市场环境下，华杨纺织将“差异化面料”确立为应对挑战的核心策略。而在裤装面料这一细分领域，华杨纺织的差异化之路，选择了从源头发力，以原料创新为突破口，构建产品竞争力的坚实壁垒。

从天然原料入手，华杨纺织精选羊毛、棉麻、桑蚕丝等经典材质，赋予面料天然的质感与呼吸感；同时积极拓展新型纤维的应用，引入醋酸、铜氨等天然再生纤维素纤维，进一步提升面料的柔韧性与光泽感。通过对原料的深度组合与精细配比，华杨纺织不仅实现了面料的差异化表达，更将所有探索的终点，锁定在一个核心价值上，那就是极致的舒适穿着体验。

在成立华杨纺织后，2017年团队刚到柯桥开门市，便率先推出了40针高针高密度的面料，主打高端氨纶与高密度织造，应用于运动户外场景。彼时这类产品在市场上几乎无人涉足，华杨纺织靠着现金采购、与上游工厂合作定制，硬是把这条路趟了出来。产品一炮而红后，同行才开始跟进。踩中了这个“高密度运动感”的风口，华杨纺织顺势推出了功能性面料系列，包括发热丝、含羊毛、含莫代尔等差异化产品，迅速打开了局面。

此后，华杨纺织沿着这一路径持续深耕产品创新。如今，一款含桑蚕丝的面料产品已连续售卖四年，凭借稳定的品质与独特的质感，在市场上积累了良好口碑，成为企业差异化布局中颇为成功的一款代表作。

对华杨纺织而言，产品品质是基础，细致服务更是关键。在面料交付前，他们会建立严格的质检流程，每道工序后都仔细排查。同时，他们格外注重面料呈现效果的统一性，从开发到量产都将染整缸差严格控制在成以内，确保批次间无色差。这种“宁可自己多费一道工，不让客户多操一份心”的自我要求，正是对客户最实在的保障。

对张莉来说，裤装面料这条路走了三十年，从女裤起步，在男裤深耕，如今又回到女裤赛道，每一次改变，都是为了走得更稳、更远。2026年华杨纺织将正式开启女裤业务的拓展，依托多年积累的原料与工艺优势，企业希望把男裤开发中沉淀下来的经验，转化为女裤产品的竞争力。而男裤业务仍将保留，与女裤并行发展。

## Focus / 聚焦

# 明方向，启新程！ 中国轻纺城集团召开 2026 年经济工作会议

■ 本刊记者\_边吉洁/文 唐小狄/摄

春潮涌动处，实干奋进时。3月4日，中国轻纺城集团召开2026年经济工作会议，深度复盘2025年整体经营发展情况，科学谋划新一年经济工作的重点方向与战略落点。本次会议旨在进一步统一思想、凝聚共识、提振精神，以开局即冲刺的奋进姿态，确保2026年各项工作高起点谋划、高标准推进、高质量落实。

会上，中国轻纺城集团下属企业管理部、网络公司、帛物贸易公司、利可达公司、智港运营公司、基建工程部、智谷运营公司等单位负责人依次作表态发言，紧扣新一年考核指标达成、主营业务提质、创新动能培育等重点任务，亮目标、晒思路、谈举措、比决心，展现出昂扬向上的精神风貌和实干争先的责任担当。

中国轻纺城集团党委副书记、总经理王百通部署2026年经济工作任务，结合各单位实际提出新要求、明确新目标、指引新路径。他指出，当前集团已迈入“十五五”战略新阶段，新的一年，既要巩固提升基本盘，也要加快培育新增长点，更要着力破解长期制约高质量发展的深层次难题。要分类施策，精准招商，深化运营，全面激发各市场主体的内生动力与经营活力。要以严谨细致的作风、认真负责的态度，牢牢守住安全生产底线，为企业行稳致远筑牢坚实屏障。

中国轻纺城集团党委书记、董事长潘建华在讲话中定调全年发展方向。他指出，要以市场品牌建设为牵引，以数字赋能为引擎，通过品牌焕新、拓展出海通道、优化外贸服务；以“AI布”大模型为核心抓手，加速线上平台布局与网络体系迭代，推进展贸中心全球布点；依托重大项目牵引、多元运作增效、资本运作蓄力，不断拓展投资增长新空间，系统展现纺城奋发有为的新风貌，持续激发产业转型升级的新活力。2026年集团所属各



会议现场。

市场必须实现增量突破，加快构建具有高辨识度的市场品牌体系：东升路市场着力打造毛纺专区、东市场深化麻类面料专区布局，北市场推出毛绒专区，北联市场引入顶级窗帘品牌，联动打造窗帘精品展，服装市场则推进一站式商贸综合体建设……全面提升服务能级与产业辐射力，形成差异化竞争优势。

面对瞬息万变的宏观环境和“十五五”开局的关键节点，新的一年，中国轻纺城集团将认清形势，坚定发展信心；聚焦重点，狠抓落实，一步一个脚印推动战略部署落地见效。大力弘扬“创新担当、实干高效”的企业文化，全面树立大局意识、前瞻意识、发展意识、高标准意识，凝心聚力、协同向上，汇聚起推动轻纺城集团高质量发展的强大合力，以实干实绩书写发展新篇章。

## “中国时尚女装面料第一站”对接会走进宁波

3月5—6日，由浙江中国轻纺城集团股份有限公司与宁波市服装协会联合主办的“贸链全球·共赢新机”——2026中国轻纺城与宁波外贸集团企业采购对接会在宁波圆满举行。作为2026年中国轻纺城首场聚焦纺织服装外贸领域的高规格采购对接活动，本次对接会以“推动企业走出去、借助外贸出海”为核心导向，旨在精准匹配中国轻纺城优质供应商与宁波外贸龙头企业的供需资源，推动两地产业深度融合、共赢发展。

本次对接会为期两天，分别在宁波凯信集团与万尚集团两家外贸龙头企业内举行。一万布业、华之瑞纺织等12家“中国时尚女装面料第一站”旗舰商户参与其中，涵盖时尚女装、小香风、高端职业、休闲运动等多个面料细分领域。商户们带来了2026年最新研发的面料产品，包括新人棉、涤棉、天丝、剪花、提花、数码印花等创新品类，全面展示了柯桥面料企业在材质研发、工艺创新与时尚表达方面的最新成果。

对接会首日，12家商户走进凯信集团，在集团展示厅内设立专属对接区，通过面料实样展示、工艺细节讲解等形式，与凯信集团的设计师团队及采购负责人展开面对面交流。设计师们手持色卡与面料样册，逐一询问产品的成衣适配性、供货周期、起订量等关键信息，商户代表则现场解答，部分企业还带来成衣样衣进行搭配演示，直观呈现面料的成衣效果。现场

交流持续两个多小时，气氛热烈，不少设计师当场索取样布，表示将用于开发打样。

次日，对接会在万尚集团继续举行。在前期交流会上，双方围绕万尚集团的面料采购需求展开进一步洽谈。

万尚集团的团队针对不同品类面料的品质标准、价格区间、产能保障等提出具体要求，商户则结合自身优势，推荐适配产品并提供定制化开发建议。部分商户与外贸企业现场达成初步合作意向，涵盖新中式提花面料、轻奢醋酸面料等多个品类。

据了解，本次对接会共留样近500份，其中，来自东市场的百川纺织在凯信集团留样150余份，桥筠纺织在万尚集团留样近200份，锦盛纺织、盛林纺织都有很大收获，其余商户或多或少都有留样、互换联系方式。

自2024年“中国时尚女装面料第一站”项目正式启动以来，中国轻纺城东市场分公司便以时尚女装面料为核心，先后组织商户前往南京、威海、郑州等国内重点纺织服装产业城市开展精准对接。本次对接会的成功举办，有力印证了“中国时尚女装面料第一站”的品牌影响力。未来，东市场将持续拓展对接渠道，助力柯桥企业融入全球供应链，在开放协作中实现升级突围。（王耀祖）



本届会议聚焦行业热点难点，旨在为擦拭与卫生用品领域高质量发展注入新动能。

# 探索绿色新生，解码未来图景

## 2026 擦拭材料大会暨卫生用品行业交流会召开

■ 本刊记者\_李亚静

3月9—10日,2026 擦拭材料大会暨卫生用品行业交流会在上海召开。会议以“乘势共生 向新行”为主题,由主题报告、圆桌论坛和成果展示及对接三部分组成,旨在聚焦行业发展的热点与难点,汇聚全球智慧,为擦拭材料和卫生用品领域的增值增效与高质量发展注入新动能。本次会议由中国产业用纺织品行业协会主办,美国非织造布协会、欧洲非织造布协会支持。来自海内外相关地区擦拭材料和卫生用品全产业链的企业家、专家学者和行业同仁等近300人出席会议。

### ● 高端视点：立足大势，建体系固根基

2026年是“十五五”规划的开局之年,党的二十届四中全会立足大势,建体系,固根基,纺织产业作为国民经济的支柱产业、共同富裕的民生产业、内外融通的优势产业、传承创新的未来产业,成为新时期行业发展的时代方位。

“科技、时尚、绿色、健康”是中国纺织未来发展目标,擦拭材料和卫生用品是连接材料科技与民生需求和生活生命健康的关键载体。中国纺织工业联合会副会长李陵申在致辞中指出,擦拭材料及卫生用品行业正处在从“规模扩张”向“价值提升”,产品从基础功能向健康、舒适、个性化、智能化全面升级的关键期,既面临着原材料优化、产品安全性、环保合规、价值链升级的多重挑战,也迎来了AI赋能、绿色消费、跨界融合的战略机遇。面对变革与机遇,李陵申提出如下建议:第一,以品质立本,守行业初心;第二,以创新赋能,破发展瓶颈;第三,以需求为纲,创市场新机;第四,以共赢为道,绘绿色蓝图。

中产协卫生和母婴用品分会会长、金三发集团董事长严华荣致辞指出,当前全球擦拭材料产业正处于转型升级的关键阶段。围绕大会主题,严华荣分享了对行业发展逻辑的洞察:一是乘势而为,把握消费升级与产业变革的时代机遇,推动行业协同共赢;二是凝聚共识,通过资源整合构建共生共荣的产业生态,提升行业整体抗风险能力与全球竞争力;三是以创新为引擎,引领行业迈向新赛道、开辟新方向。

中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅以《中国非织造布产业现状及产业链协同创新与生态共建》为主题,全面分析了我国非织造布产业的发展现状、创新实践与未来展望,系统梳理了非织造材料的应用场景、前沿技术突破与重点创新方向,并围绕行业协同创新发展、可持续发展探索、相关标准体系建设等方面,介绍了产业链协同创新与生态共建的实践进展。对于行业未来趋势,李桂梅从四个核心维度进行了深入剖析:

一是科技创新是引领产业升级的核心推动力;二是技术高端化、功能多元化、产品智能化发展是行业未来发展趋势;三是温和增长成为新常态,下沉市场与细分赛道共启增长新周期;四是绿色制造和智能制造将从单点突破迈向全产业链协同。

国家标准化委员会原副主任、国家市场监督管理总局标准技术管理司原副司长陈洪俊围绕《中国标准化体系概况与国际发展趋势》进行分享。他指出,当前我国正加快构建由政府主导制定与市场自主制定协同发展、协调配套的新型标准体系。除了关注国内标准,企业还应密切关注国际标准及ISO、IEC、ITU等国际标准组织动态。随着全球化制造和数字化转型升级深入推进,标准的形式、活动、内容与应用正面临深刻变革。关注国际标准趋势有利于企业竞争国际标准话语权,促进标准透明和贸易便利化。

浙江省人民政府特约研究员、省政府智能制造专家委员会副主任凌云阐述了人工智能应用的三大趋势:一是通用大模型的日益成熟加快了生成式人工智能的应用;二是多模态感智技术的进步加快了具身智能技术的应用;三是专用模型的应用推动了边缘计算的智能体与装备深度融合。针对“如何加快抢占人工智能产业应用制高点”这一关键问题,凌云认为,一要突出应用导向,强化示范引领;二要打造“人工智能+制造”典型应用场景;三要着力营造“人工智能+制造”良好生态。

宏观经济、政策研究专家钟岩指出,在新一轮科技革命和产业变革的背景下,我国具备主动运筹国际空间、塑造外部环境的诸多有利条件。他从我国面临的国际经济形势、中美博弈与关税、中国周边国家格局、人口结构变化与政府经济政策五大方面入手,围绕行业发展详细阐述了产业政策、科技政策、对外开放、三农建设、都市圈、文化、民生、绿色经济与新能源产业投资等方面情况。

### ● 市场前景：解析竞争格局与供需版图

在时代变革中,拥抱趋势是唯一选择。长江商学院客座教授、京东集团原副总裁赵英明在《老手死于趋势,新手死于常识——基本本质的零售进程推演》报告中,通过对“人、货、场”的关系分析及零售演进,指出线下渠道靠空间提升匹配效率,线上渠道靠时间提升匹配效率。同时梳理了渠道从集市、百货到平台电商、内容电商的演变,强调不同渠道赋予产品不同本质,并提出商业模式必经“现象—解构—重构”三阶段。

美国非织造协会首席市场与行业分析师 Mark Snider 以视频形式解读了2026北美及全球擦拭材料行业展望与消费趋势洞察,并围绕北美擦拭巾市场现状、供需格局、产品迭代及发展趋势,同时结合全球擦拭巾市场整体情况展开详细分析,还深入探讨了行业当前面临的挑战与机遇。据介绍,擦拭材料目前在北美市场的占比为11%,未来五年其市场份额有望超越其他非织造品类。

阿里巴巴纸品行业专家吴志聪带来2026年淘系擦拭产品趋势报告。他指出,当前淘系纸品市场整体增长稳健,头部品牌集中度持续提升,其中亲肤、细分功能场景、悬挂新形态成为核心增长驱动力。从品类发展来看,抽纸、卷纸等传统纸品已进入成熟期;而场景湿巾、洗脸巾、厨房纸巾等细分品类需求增长较快,仍有较大的渗透提升空间。湿巾与棉柔巾的增长驱动则各有差异:湿巾主打细分功效,适配多元场景与人群;棉柔巾则以厚度、材质、肤感等品质因素为核心卖点。

Smithers 亚洲运营总监姚佳在《全球非织造布湿巾供应格局重构:亚洲角色与供需影响》主题报告中指出,2026年全球非织造擦拭巾市场的主要驱动因素并非需求,而是外部因素。预计2025—2030年全球擦拭巾市场年均增长率为5.6%(以吨位计),可持续性和无塑料化仍然是擦拭巾市场的主要驱动力,但成本问题将在2026年凸显。亚洲非织造布擦拭巾方面,市场持续放缓,预计到2030年需求将以每年8.2%的速度增长,供应量以每年2.5%的速度增长。

京东家清采购高级经理肖峰介绍了京东清洁类产品的消费变革。2025年中国消费市场正经历从“规模扩张”向“结构深化”转型,消费者不再满足于“一张纸解决所有问题”,清洁纸品从“大一统”走向“精耕细作”。以电商平台的数据支撑,肖峰分析了洗脸巾、湿厕纸、湿巾的消费特点、发展趋势。他提到,品质是复购的根基,适用场景细分化、人群精细化是未来产品开发的方向。

抖音电商家清行业运营负责人曾浩围绕《抖音电商纸品趋势分享及2026行业前瞻》主题分享到,在抖音电商平台,当前纸品类规模大、仍处增长通道,品牌格局正发生显著变化;用户呈现年轻化趋势,洗脸巾、湿厕纸等细分品类成为核心增长动力。2026年,抖音电商将聚焦经营提效:以新供给推动新增长,以优质内容带动更多成交,借助广告实现经营提效,并通过升级“美好生活系列”营销体系,持续驱动行业销售增长。

灵感咨询 CEO 承小马作《数据破局·渠道焕新——擦拭材料企业淘系全域增长路径解析》分享。他表示,擦拭巾正从“通用清洁”向“专中专用”场景化解决方案演进,主要分为肌肤接触类擦拭巾、家庭环境类擦拭巾、鞋服物品类擦拭巾。其中,肌肤接触类和家庭环境类擦拭巾品牌集中度高,鞋服物品类规模虽小但增速迅猛,仍处窗口期。面对电商渠道流量饱和的情况,品牌需构筑三大护城河:货品创新力、内容与流量的高效匹配及长期品牌心智建设。



会议期间,三场圆桌论坛密集开讲,企业代表踊跃发言。

### ● 技术交流：破浪乘风，聚焦产业链生态共建

何为理想的可持续材料?赛得利集团市场高级经理颜荟以《再生纤维素纤维——以创新内核铸就擦拭产业绿色发展新动能》为主题指出,受益于干、湿巾市场的蓬勃发展,近5年中国水刺产量稳步增长,可冲散厕用湿巾是目前中国个人护理擦拭材料市场中增长较快的一个湿巾品种,市场渗透率逐年提升。面对全球微塑料污染与欧盟无塑法规等,莱赛尔纤维可为擦拭产业提供可持续材料解决方案。

安德里茨(中国)有限公司非织造与纺织技术与工艺专家罗海涛以《可持续擦拭材料的工艺路径选择与高性能生产策略》为题指出,环保意识已成为行业主要驱动力,可持续性不再只是备选项。他系统介绍了安德里茨的多种高性能工艺路径,并强调安德里茨拥有完整的生物基湿巾生产解决方案,涵盖湿法、气流成网、水刺及浆基复合等多种工艺路线,能够为行业提供从材料到卷材的一体化全套技术支持。

会上,唐山三友集团兴达化纤有限公司品牌高级经理毕立军介绍了唐丝产品生态:唐丝拥有碳享、舒享、创享三大产品矩阵,碳享系列可为擦拭材料的绿色转型提供全系列原料解决方案。舒享系列可匹配婴童用、个人护理用、家用等对触感和使用体验要求高的擦拭场景。创享系列核心针对擦拭材料的功能性需求,打造高附加值的功能性纤维。

你需要什么样的生产线?特吕茨施勒中国市场部主管赵米耶提到,消费升级正在推动整个行业从“够用”向“好用”加速转型。同时分析了水刺、热风非织造生产线生产线的工艺特点以及特吕茨施勒的设备优势。她表示,对设备厂商来说,高品质、高附加值、高产量、高制成率的生产线具有较高的利润空间。

绿色发展为基,技术创新为魂。对于擦拭材料行业而言,“布、液、装”的创新升级,直接决定着产品的竞争力与市场潜力。会议期间,河南逸洋生物科技有限公司研发总监甘益、浙江优全护理用品科技股份有限公司副总经理田晓辉、江西彩彰新材料科技有限公司副总经理张帅分别围绕“布、液、装”呈现了擦拭巾的“全生命周期”。

甘益提到,我国擦拭巾市场增长空间巨大,随着电商崛起和人均GDP提升,消费门槛正逐步跨越,应用场景扩展至可冲散湿厕纸、厨房清洁、服饰清洁等多元新兴场景。田晓辉结合近年法规变化与消费者核心关注点,重点分析了防腐体系、功能成分、绿色替代方案等关键配方向,并提出未来湿巾产品将走向透明、安全、精准功效并重的系统性创新路径。张帅分析了当前擦拭巾包装存在的粘性波动、温度敏感、贴标不良等行业痛点,并提出以垂直整合实现薄膜、标签、软包协同,从基材到成品全流程可控。

会议期间,三场圆桌论坛密集开讲。来自擦拭材料、卫生用品及母婴用品产业链上下游的14位企业代表,围绕非织造装备技术创新、产业链协同发展、智能制造升级等核心议题,与主持人展开深入探讨。

会议特设成果对接和技术交流区,集中呈现了擦拭材料产业链上下游企业的最新技术和产品。会前还举行了中产协卫生和母婴用品分会副会长、专家委员会工作会议。TA



会议现场。

## 棉界人士相聚张家港，探讨产业应对之道

■ 本刊记者\_郝杰

2025年，棉花市场深陷“宏观预期摇摆、贸易政策波动、供需结构分化”的三重考验，市场承受巨大压力。当下，国内市场在内需稳步回暖与出口结构调整的双重驱动下，棉价触底反弹，走出低谷。

2026年，棉花产业发展趋势如何，怎样实现平稳发展？3月5日，由张家港市棉花商会、新湖期货主办，聚棉、上海棉联、江苏锦晟、易棉购协办的2026张家港棉花产业发展大会在张家港市举办。

来自各地期货公司、棉花贸易公司、交易市场、纺织企业的嘉宾汇聚一堂，围绕国内外宏观形势、市场趋势、技术创新与供应链等议题进行深入分析。会议继续秉承张家港棉花会议“怎么看、怎么办”的理念，旨在厘清思路，凝聚共识，共探棉花产业破局之道。

### 插上数字交易的“翅膀”

曾经，棉花业界提到张家港，想到的是深水良港和保税区的政策优势。而今天，张家港拥有了更硬核的名片——产业互联网。张家港市棉花商会会长肖景尧说，近年来，张家港大力支持产业互联平台，立足港城、辐射全国、链接全球，走出了一条“纺织原料+互联网+数字化+金融+物流”的创新之路。破解了传统贸易信息不对称、流程不透明、成本居高不下的痛点，让大宗棉花现货线上交易安全、高效、可追溯。如今，张家港棉花互联网平台已汇聚5000余家产业企业用户，年棉花交易量超200万吨。互联网平台打破了时空的限制，在云端汇聚了全国乃至全球的棉纺织客户。如今张家港不仅拥有传统物流的“躯干”更插上了数字交易的“翅膀”。

肖景尧表示，张家港棉花商会愿与大家一起，共同推动棉花产业向更高质量发展迈进。世界互联网大会让乌镇成为了全球互联网行业的朝圣地。张家港也要有这种雄心，打造棉花行业的“乌镇”。

### 不确定性下的应对之策

新湖期货董事马文胜介绍了期货公司如何通过精细化风险管理助力企业可持续经营。中国上市公司积极参与套保业务，截止到2025年11月，共有1782家实体行业A股上市公司发布了套期保值相关公告，较2024年全年增加279家，增长18.6%。实体行业A股上市公司利用衍生品市场进行风险管理参与率约30%，较2024年提高了1.4个百分点。他介绍了新湖期货大宗商品风险管理综合服务体系，以助力企业战略模式确立、经营模式转变，以及效能优化。他希望企业通过科学参与金融市场，能够提前锁定成本，稳定收益，优化库存平滑周期，把不可

控的市场风险变得可预见、可对冲、可管理。

知名棉花投研专家刘鑫分享了2026年棉花驱动及潜在机会。他认为，在可预见的未来，内外棉花期货有上行动能，持续的大牛市难以实现，除非供应端有大幅扰动，同时不能忽视资金切换对价格的放大效应。棉花以外市场波动率将在未来两年显著增加，需要聚焦，尤其是短期需要关注伊朗局势所带来的原油价格大幅上行持续性，如果持续走高时间很长，滞涨甚至衰退预期有望大幅强化，对整体风险资产形成巨大负反馈。

厦门国贸集团股份有限公司纺织研究院院长郑圣伟在分析了棉纺织市场形势后，提出紧平衡下的结构性机会。即2026年棉花供需改善，呈现紧平衡格局，价格重心预计上移。棉纱市场供过于求，出口面临“量增价跌”压力。“一带一路”市场将成为出口核心稳定器。

随后，在会上路易达孚(中国)荣誉董事长陈涛介绍了全球变局下的农产品贸易格局。新湖期货研究所所长李强介绍了宏观背景下大宗商品的投资机会。聚棉总经理高阳介绍了公司交易AI系统，可实现棉花自动采购、自动定价、自动销售。

### “香山论剑”，提振信心

张家港棉花发展大会已经走过了十六个春秋。每年棉花界的朋友们在张家港相聚，沟通交流、增进友谊，这已经成为棉花人最温暖的约定。“香山论剑”不仅成为会议的经典环节，更成为线上线下随时随地的头脑风暴。

在今年的“香山论剑”环节，张家港市棉花商会会长肖景尧、中国棉花信息网总经理张曼、新疆维吾尔自治区棉花协会秘书长苏旭红、张家港保税区海棠国际贸易公司董事长徐晓祥、常州科腾纺织品有限公司总经理贺杨、河北星宇集团总经理郭超、浙江止一商贸有限公司董事长郑丹枫、TTEB棉纺织信息网棉纺负责人程素敬等来自棉花产业上下游的嘉宾就全球棉花市场供需格局、新疆棉补贴政策、新年度棉花种植面积变化、国内外棉花价差、国内外市场的机会和风险等话题进行了对话。

大家普遍对棉花产业未来的发展充满信心，纷纷表示，当前，既面临全球市场波动、产业链重构的挑战，更迎来数字赋能、绿色转型、内需升级的重大机遇。大家要携手并进，共同推动棉花产业高质量发展。FA

答卷十四五  
启程十五五

## 润禾材料： 把“双碳”战略“做”进产品

■ 本刊记者\_董笑妍

“十四五”时期，在国家“双碳”战略与高质量发展双重驱动下，中国印染行业进入了深度绿色转型的关键阶段。作为印染绿色转型的参与者、推动者与见证者，宁波润禾新材料科技股份有限公司作为国内纺织印染助剂及有机硅深加工领域的国家高新技术企业，其五年发展轨迹清晰地映射出政策规制、市场诉求与技术突破如何共同塑造产业演进路径。站在“十五五”起点，其过往实践与未来规划也成为中国纺织产业链可持续发展历程中的一个样本。

### 顺势： 在政策与行业的交汇点上锚定方向

在回顾企业近年来的发展征程时，宁波润禾新材料科技股份有限公司研发总监杨振表示，公司手中最有力的“证据”不只是优秀的营收数字，更是一系列国际绿色认证证书：97支 Bluesign 认证产品、29支 GOTS 认证产品、34支 OEKO-TEX® 认证产品、95支达到 ZDHCLLevel 3 标准产品……这些被视为通行全球纺织业“绿色俱乐部”的入场券，标志着润禾材料在刚刚过去的“十四五”里，成功将国家层面的“双碳”战略与一系列行业指导意见，沉淀为一件件可量化、可追溯的产品，完成了绿色计划的核心答卷。

“十四五”对于中国纺织行业，尤其是印染行业而言，是一场深刻的绿色觉醒与结构重塑。杨振清晰记得，自2021“十四五”开局之年起，《纺织行业“十四五”绿色发展指导意见》《印染行业“十四五”发展指导意见》等顶层设计文件相继出台，如同一声声清晰的发令枪响。随之而来的，是2022年《工业能效提升行动计划》对低温、小浴比工艺的推广，是《印染行业规范条件(2023版)》对高端化、智能化、绿色化的明确引导，直至《印染行业绿色低碳发展技术指南(2024版)》列出了47项具体技术路径。

“整个‘十四五’，我们的战略核心就是顺应国策，将外部约束转化为内在的、系统的创新清单。”杨振表示。润禾材料的选择不是被动合规，而是主动锚定“环保、高效、节能的整体解决方案提供商”这一角色。这意味着一场从理念到体系的全面升级：在“十四五”期间，公司不仅构建了覆盖ISO四大管理体系的坚实基础，更成功获评“国家绿色工厂”和“国家级绿色供应链管理企业”，实现了从自身绿色生产到赋能产业链绿色提升的跨越。

### 革新： 在烧杯与染缸之间破解难题

回顾过去五年，润禾材料在实验室与工厂的衔接环节上着重发力。印染行业最大的痛点在于能耗与水耗，公司研发团队便从这里切入，进行了一系列革新。

如润禾材料推出的“涤棉专用低温精练剂RH-NB-1952系列”，将传统需要高温的前处理工艺，拉低至60℃—80℃低温区间，这款成熟并推广的三组分产品，能在60—90分钟内一步法完成退、煮、漂，大大缩短了流程。另一边，公司针对全棉针织物的“低碱前处理工艺”，通过使用专用助剂，能减少至少两道水洗工序。“省下的蒸汽、水和时间，直接对应着成本的降低和排放的减少。这些都是我们通过具体产品为客户创造的核心价值。”杨振解释道。

在核心的有机硅柔软剂领域，润禾材料的创新指向了源头，开发“低



润禾材料将“绿色”产品做深、做实。

环体、低VOC、高吸附”的有机硅原油，从分子结构上减少挥发性有机物和环境干扰物；而在非硅领域，公司将目光投向天然材料，开发出生物基含量高达65%—80%的柔软剂。“十四五”期间，润禾的绿色产品矩阵快速扩充，无论是让面料兼具防水与防植物油特性的无氟防水剂RH-NB-SF30Y，还是能强力去除蜡斑、提升染色稳定性的高效除蜡剂RH-NB-1991，润禾材料试图用一支支特定的助剂，精准狙击印染生产中的能耗与污染痛点，将规划中的“绿色发展”变成了可执行的“工艺组合包”。

润禾材料的“十四五绿色答卷”，其价值不仅在于自身获得的荣誉与销量，更看重其在整个供应链上产生的“涟漪效应”。

当服装品牌要求供应链提供Bluesign或ZDHC认证时，上游印染企业就必须寻找获得认证的化学品。润禾材料提前布局取得的诸多国际认证，成为了下游客户撬开高端市场的钥匙。截至2025年，其大批产品获得国际主流环保认证，这在国内纺化企业中位居前列，可被视为其“十四五”纺织行业国际化与高端化战略的成果典范。

### 启航： 迈向“十五五”的广阔蓝海

站在2026年“十五五”的新起点，未来的画卷已然展开。绿色低碳从“选择题”变成了“必答题”，且内涵正向着“经济社会发展全面绿色转型”的更高要求延展。杨振认为，“十五五”的竞争将是创新深度与产业宽度的系统性结合。

“面向‘十五五’，我们将在生物基材料的更高比例替代、废弃物循环利用的闭环技术等方面加大投入。”杨振指出。润禾材料技术中心的作用将更加凸显，“产学研”合作将更加深化。同时，数字化将全面融入绿色转型，通过工艺优化和智能能耗管理，实现“智造”与“绿造”的深度融合，响应国家关于制造过程数字化的号召。

此外，润禾材料的视野不局限于纺织领域，还涵盖了电子新能源、个人护理、医疗医美等领域。杨振表示，“‘十五五’期间，我们将更系统地高科技产业需要的功能性有机硅材料进军，将‘十四五’练就的绿色创新基因，注入更广阔产业蓝海。”

从帮助印染企业在“十四五”节省每一吨蒸汽，到助推整个产业链的绿色认证，再至“十五五”在高端制造领域开疆拓土——润禾材料的脚印印证了一个道理：最深刻的产业革命，往往始于最微小的技术突破，并因清晰的阶段战略而得以延续。FA

# 广州中大门：从全球面料枢纽到中国时尚产业“新质生产力”策源地

■ 本刊记者\_罗欣桐

当别处仍在追逐潮流，这里已在定义源头。

在广州中大纺织商圈这片以“全球最大面料集散地”闻名的热土上，一场产业级的链式反应正释放澎湃动能。源头，不再仅是面料的物理起点，更成为设计、数据、技术与商业模式的创新原点。

“十四五”期间，广州中大门——这个承载着传统基因与未来野心的产业综合体，完成了新一轮升级改造，实现了其从“交易场”到“赋能场”，再到“新质生产力策源地”的三级跳跃；更清晰地展示了一条传统产业的新质发展路径，从全球最大面料集散地蝶变为“纺织服装 4.0 产业综合体”的创新集合。

## “五变”驱动：重塑产业空间与价值链条

中大门的转型升级，是一场系统性的空间重构与价值链跃升。作为“百千万工程”的标杆示范，广州中大门以其“五变”实践——市场变商场、作坊进工坊、展览一体化、设计引潮流、数智赋能完成了一场深刻的自我革命。

首先，“市场变商场”改变了传统批发市场的粗放形象，通过打造 T11 服装设计师品牌中心、艺术中心及中大天地潮流街区，将交易场所升级为环境优美、功能复合的现代化时尚商场与潮流地标。其次，“作坊进工坊”根治了产业链上的薄弱环节，通过打造 SOHO 中央版坊，集聚超过 500 家优质设计制版工作室与服务商，以“工业上楼”的先进模式取代了分散落后的村屋作坊，形成了高效、柔性的供应链协作中枢。

这两大转变，共同夯实了“设计引潮流”的物理基础。过去，中大纺织商圈虽以“全球最大”闻名，却长期面临“有面料，无服装”的产业断点。随着中大 T11 服装设计师品牌中心的全面成熟，还有这一格局被彻底改写。不仅引入“金顶奖”获得者、“十佳”设计师等领军人才，还有超 100 家原创女装品牌将研发、设计、展示全链条扎根于此，形成了罕见的“前店后厂”式品牌总部集群。依托全产业链生态，让服装设计师品牌实现“价值归位”。

这种“归位”效应是显著的：2024 年，中大门交易额已突破 100 亿元，直接带动就业 5 万人。2025 年，通过持续举办如 T11 女装总部订货会、高端私域对接会、中大 x FAB FABs by 时堂精品面料展等活动，这一生态的展览能量被进一步引爆。比如，2025 年 11 月举办的女装品牌总部私订会，以“全域封闭、精准邀请”的模式，精准对接了全国高端百货、连锁品牌及头部电商等“顶配”采购资源，将传统的“看货下单”升级为“共研产品线”的深度共创，在供需两端得到热烈反馈。



## “AI+ 时尚产业”：编织新质生产力的数智经纬

“数智赋能”是中大门培育新质生产力的核心引擎，2023 年 11 月，与中国纺联流通分会共建“中大门时尚港产业数智化平台”；又落地了抖音电商华南选品中心，实现商家与达人的精准高效匹配；更完成了 DeepSeek 大模型的本地化部署探索，将 AI 技术应用于趋势预测、智能设计、供应链优化等环节。同时，与 SHEIN、TEMU、阿里国际等跨境平台的深度对接，则为中大门设计打通了出海“快车道”。

2025 年，在广州市工信局指导下，携手中国纺织工程学会、东华大学、海珠区新港街道等成立的“广州市现代纺织服装新质生产力研究院”，标志着其创新模式从市场应用向基础研究延伸，构建了“需求—研发—转化”的闭环体系。

## 从广州中大门到世界 T 台：国际化“东方设计”叙事

国际化，绝非简单的货品出口，而是设计话语权与品牌价值的全球认同。近年来，中大门在这条道路上留下了坚实的足迹。

2024 年 3 月与 9 月，在中大门的支持下，中国设计师品牌 SELAH、YOUWEI 等再度登陆巴黎时装周和米兰时装周官方展会，并进驻意大利殿堂级买手店 10 Corso Como 开设快闪店。这不仅是品牌的荣耀，更是“中大门模式”赋能设计出海的成功案例。品牌 SELAH 创始人、中国十佳时装设计师杨宇表示，中大门完善的产业链是其品牌能高效运作并走向国际的坚实后盾。

与此同时，已成功举办至第十五届的“红棉国际时装周”，其影响力早已超越地域。它被列入商务部“棉纺消费季”重点活动，每年吸引全球时尚目光。

## 不止于生产：构建面向未来的产业生态圈

产业的未来，在于构建一个能自我进化、开放协同的生态系统。2025 年，中大门在此维度展现了前瞻性布局。

中大天地潮流街区的成熟运营，是点睛之笔。这里引入了 Mao Livehouse 和众多首店品牌实现策展型零售，将时尚产业与青年文化、休闲消费无缝链接。2025 年接连创新推出“埋堆作乐”国际咖啡节、“约定”烘焙节等 IP 活动。

此外，与武汉纺织大学等高校共建的“中国男装高级定制研究中心”，以及与各方共建“粤港澳影视产业高端人才孵化基地”等动作，都显示出中大门正以时尚产业为核心，向文化、艺术、影视等关联领域拓展，构建一个更具包容性和创造力的“时尚+”生态圈。

广州中大门执行总经理杨志雄表示，广州中大门正以坚实的制造与流通基础为“底盘”，以“总部经济”凝聚产业核心力量，以“人工智能+”注入跃迁动能，以“国际化”打开价值空间，最终通过“生态化”实现可持续发展。

展望“十五五”，立足新发展阶段，中大门进一步提出以“产业化、数智化、资本化、国际化”为核心的新发展方向，通过产业化整合资源、数智化提升效能、资本化注入动能、国际化拓展空间，加速中大门从“平台运营者”向“生态构建者”升级，持续引领纺织服装产业向新质生产力跃迁，为中国时尚产业高质量发展提供“中大门模式”。

# 低碳节能 纺织行业新引擎



# HONGMIAN



营业  
时间

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

地址：广州市环市西路184号  
[www.hongmian.com](http://www.hongmian.com)

  
KAPPA INTL FASHION CITY  
红棉国际时装城