

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

2026.3.23 | 第10期 | 总第1258期



P8
十五载深耕蓄势，
新时代破局启新



P16
聚焦源头供应链，
拓展全球新视野



P10
强信心、聚商机、赢未来
2026中国纺联春季联展沪上绽放



中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会
ITMA ASIA + CITME 2026

2026.11.20-24

中国·上海·国家会展中心

www.citme.com.cn | www.itmaasia.com

商业平台 引领亚洲

中国纺织机械协会是本展会受理中国大陆地区展商报名申请的官方机构,本展会在中国大陆地区没有任何其他形式的销售代理或渠道。



官方网站

北京泰格斯特国际展览展示有限公司 +86 10 5822 1177 / 8522 9831 / 8522 9646
itmaasiacitme@bjitme.com



拥有者



主办单位



协办单位



合作协会



实体店分布城市: 济南、青岛、临沂
潍坊、烟台、郑州



RC官方微博



RC微信公众号



RC微信视频号



Red Copper

RED COPPER童装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。品牌秉持“爱的陪伴”这一核心理念,将陪伴孩子成长的点滴感受,以及对孩子的爱融入到产品研发中。品牌选用健康、环保、科技型面料,致力于为3-15岁儿童提供多场合、高品质、轻潮时尚的穿搭新选择。

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:Textile
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*

国产SYT80 (T1200 级) 超高强度碳纤维技术实现重大超越
赋能中非纺织合作,擘画产业出海新蓝图

07 关注 *Attention*

《生态环境法典》护航,纺织行业率先启动全链碳管理
十五载深耕蓄势,新时代破局启新



10 特别报道 *Special*

强信心、聚商机、赢未来
2026 Intertextile 春夏面料辅料展:大潮起东方,经纬通四海!
CHIC 2026 (春季):春天,让我们共同创造
2026 intertextile 春夏家纺展:全链聚力,绘就家纺高质量发展新图景
2026 Yarn Expo 春夏纱线展:纤动民生,链通未来
2026 PH Value 春夏针织展:春潮涌动,硕果盈枝

16 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

聚焦源头供应链,拓展全球新视野
柔织生活,布艺新主张!
柯桥以“绿色组合拳”撬动纺织业低碳变局

20 一线 *Frontline*

从“布料码头”到“价值枢纽”,2026年中国轻纺城集团这样走!
从“天子南库”到快时尚策源地:诚大时装广场续写十三行新传奇
天丝™莱赛尔—HV100 纤维中国首秀
Dynatex 丹特丝调温涤纶重磅首发

24 集群 *Cluster*

徐州携三大县域集群赋能高端纺织升级
打通全产业链,九江布局炼化一体化

25 观察 *Observation*

纺织业“一带一路”建设的最新成果、发展趋势与未来建议

26 指数 *Index*

春市营销环比推升 价格指数环比上涨



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

RIDE THE MOMENTUM

乘势而上

似乎是眨眼之间,2026年的第一个季度就要过去了,业绩如何支撑?市场机会又在哪里?相信这是绝大多数企业老板都在考虑的。

“十五五”已经开局,政策红利持续释放、技术创新迭代加速、市场需求结构升级……这些都作用于行业。

今年全国两会将纺织等传统产业升级纳入新质生产力重要承载阵地,为行业转型指明方向。六部门印发的《纺织工业数字化转型实施方案》,明确到2027年实现规模以上企业关键业务环节数字化率超70%,推动AI、工业互联网与纺织业深度融合。同时,绿色、低碳政策带来的硬约束持续加码,倒逼行业企业将绿色转型从“可选项”变为“必选项”。此外,千亿促内需专项资金、“消费品以旧换新”等政策,进一步拉动内需市场,无不成为行业增长注入新动能。

市场需求的迭代升级,让行业企业感受到了细分赛道的增长空间。内需市场上,消费者已从“满足基本穿着”转向追求审美、文化与功能的多元需求,“心价比”成为消费决策核心。个性化、场景化消费兴起,原纱防晒、高性能冲锋衣等细分品类热销;运动户外与健康纺织赛道持续高景气。外贸市场,行业正从欧美市场为主导逐步形成多元均衡发展的格局,东盟、“一带一路”等新兴市场成为了纺织服装出口增长极,中国纺织全产业链优势已在全球供应链重构中愈发凸显。

AI热潮持续翻涌,如今也在加速融入行业赋能各个领域,从智能设计缩短产品开发周期,到智能生产提升品质、效率,再到虚拟试装等营销模式的创新,不断降低行业对人工的更多依赖。新材料打破发展瓶颈,循环再生技术推动闭环生产,不仅降低了行业碳足迹,更提升了产品附加值。绿色转型已成为行业核心竞争壁垒,碳足迹核算、废旧纺织品回收体系逐步完善,让纺织行业在低碳经济浪潮中迎来生态效益与经济效益的双赢。在技术创新与绿色转型的双轮驱动下,行业正在重构核心竞争力。

产业用纺织品应用场景的拓维,不断带给行业新的发展空间。在医疗健康领域,智能监测、人工器官等产品需求伴随老龄化与公共卫生建设持续提升;在基建交通领域,从土工布到汽车轻量化材料等助力基础设施和相关产业升级;在安全防护、农业环保等领域也在释放更多能量,成为了行业高附加值增长的重要支撑。

的确,如今纺织行业仍面临包括原材料价格波动、高端品牌竞争力不足等挑战,但机遇也在同行。为什么丰田JAT910喷气织机的订单能够一直排到2027年下半年?为什么包括喀什新投纺织、桐昆等企业仍在数十亿投建新项目?抓住政策机遇,深耕细分赛道,坚持技术创新与绿色转型,行业和企业终将以新活力焕发出生机。

View point / 产经看点

1—2月份,社会消费品零售总额86079亿元,同比增长2.8%。其中,限额以上单位服装鞋帽针纺织品类商品零售额同比增长10.4%。

——国家统计局

3月16日,国家外汇管理局统计数据显示,2026年2月,银行结汇14338亿元人民币,售汇11362亿元人民币。2026年1—2月,银行累计结汇34385亿元人民币,累计售汇25819亿元人民币。

——央视新闻

工业和信息化部日前启动工业数据筑基行动,将开展面向人工智能赋能的高质量行业数据集建设。提出到2026年底,培育一批行业数据合作联合体,赋能一批行业大模型、工业智能体等应用落地。

——经济日报

根据中国人民银行日前发布的最新数据,2026年2月末,广义货币(M2)余额349.22万亿元,同比增长9.0%,增速与上月持平,比上年同期高2.0个百分点。

——新华网



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 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

全球首发! 国产 SYT80 (T1200 级) 超高强度碳纤维技术实现重大超越

3月11日,正值全国两会胜利召开、共绘“十五五”宏伟蓝图之际,中国建材集团在北京总部、法国巴黎 JEC WORLD 展览会现场同步举行 SYT80 (T1200 级) 超高强度碳纤维全球发布会,标志着所属中复神鹰自主研发该款产品实现工程化量产。这不仅是中国碳纤维产业的一项里程碑式成就,也是中国新材料以科技创新引领产业创新、加快发展新质生产力的生动实践。

新材料是全球材料工业发展的先导,是孕育新质生产力的沃土。中国建材集团始终将科技创新作为“头号工程”,全力打造高性能纤维及其复合材料、泛半导体材料、玻璃新材料、陶瓷晶体材料等战略性新兴产业集群,而其中被誉为“黑色黄金”的碳纤维,是保障产业链供应链安全、服务经济社会发展的重要发力点。集团所属公司中复神鹰深耕碳纤维领域二十年,走出了一条自主创新、循序渐进的产业化发展道路。此次发布的 SYT80 (T1200 级) 超高强度碳纤维,工程化拉伸强度突破 8000 兆帕,是全世界第一款实现工程化量产的 T1200 级碳纤维产品,达到了行业全球顶尖水平。这一重大突破,标志着我国在高性能碳纤维领域实现了从技术到装备、从实验室到工程化量产的全链条自主可控。

法国巴黎复合材料展览会 (JEC WORLD) 是全球复合材料发展趋势的“风向标”,中国建材作为全球领先的新材料开发商和综合服务商,此次选择在展会期间同步发布,正是呼应“突破边界”(Pushing the Limits) 的展会主题,传递中国不断突破碳纤维强度“边界”,以自信、开放、共赢创造无限可能的价值追求,并向全球展示中国建材坚持胸怀天下,以科技创新为引领,坚定迈向海外、服务全球、融入世界的战略决心。

Scene / 现场

赋能中非纺织合作,擘画产业出海新蓝图

肯尼亚纺织服装投资论坛在沪成功举办

伴随全球纺织供应链格局深度调整,开拓具备长期增长潜力的新兴市场已成为行业共识。肯尼亚是东非最具活力的经济体之一,也是中国对非纺织合作的重要支点,中肯两国产业合作蕴含巨大潜力,发展前景广阔。

3月12日,正值中国纺织工业联合会春季联展举办期间,“崛起中的非洲纺织枢纽:肯尼亚纺织服装投资论坛”在国家会展中心(上海)成功举办。本次论坛聚焦中非纺织合作新前沿,由肯尼亚投资促进局、Gatsby Africa 与中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合主办,并得到肯尼亚投资、贸易和工业部的大力支持。

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,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常务副会长梁鹏程,肯尼亚出口加工区管理局首席执行官 Richard Omelu、研究部经理 Hussein Hassan,肯尼亚投资局纺织服装领域投资负责人 Vincent Andayi, Gatsby Africa 纺织服装项目主管 Michael Mithika 等领导嘉宾以及各地纺织服装行业协会、产业集群领导和众多企业家代表出席论坛。与会嘉宾围绕肯尼亚纺织服装投资机遇与中肯纺织产业合作展开深度交流,旨在助力中国企业把握非洲大陆工业化进程中的战略窗口期,深度参与全球纺织价值链重构,拓展全球化布局新空间。

徐迎新在致辞中指出,当前全球纺织服装产业正处于价值链重构、布局调整的深刻变革期,开放合作、互利共赢是各国提振产业韧性的必然选择。



发布会现场。

发布仪式采取“北京主会场+巴黎、连云港分会场”三地联动的创新形式,让全球观众直观感受中国碳纤维的技术实力与量产底气。通过实时连线,巴黎 JEC 展会现场的热烈反响与连云港中复神鹰生产线的忙碌景象实时传回,让在场嘉宾真切感受到了中国建材从研发到制造、从国内到国际的坚实步伐。

发布会详细介绍了该产品的技术魅力与应用前景。据了解,该产品的百吨级规模化量产,意味着这种顶尖新材料将不再是实验室里的“奢侈品”,而将成为服务全球经济发展的“常用品”。其极致的极低密度、超高强特性,为航空航天等“大国重器”锻造更轻更强的“翅膀”,让国产大飞机更轻更安全、航天运载效率更高、深空探测边界更远;也为氢能储运、低空经济、具身智能等新能源产业和未来产业提供更可靠的“筋骨”,让新能源汽车续航更长、医疗器械更轻便耐用、体育器材性能更优,为服务全球经济发展和人民美好生活夯实材料基础。(综编)

肯尼亚作为东非经济引擎,凭借区位优势、政策与资源优势,逐渐成为中国企业投资非洲、深耕非洲的重要目的地,双方合作正从贸易往来迈向产能协同,从市场互通迈向产业共建,合作前景可期。

Vincent Andayi 从政府政策、激励措施、基础设施、营商环境、市场潜力等多个维度,全方位解读了肯尼亚纺织服装领域的投资政策与机遇,为企业提供了清晰的投资前景分析。Richard Omelu 通过介绍出口加工区 (EPZ) 项目情况以及其对纺织服装产业投资的激励措施,帮助与会企业精准掌握海外投资实操要点。无锡市金茂对外贸易有限公司董事长杨南结合企业实践分享了在肯尼亚的投资经验与心得,对计划出海投资的纺织企业具有重要的启发意义和参考价值。

在互动交流环节中,参会企业代表及新闻媒体结合自身投资规划诉求与行业聚焦热点,与嘉宾们进行了深入探讨和交流。

在高质量共建“一带一路”倡议与中非合作论坛框架引领下,中国与肯尼亚在纺织产业领域的资源、产能、市场、技术等方面实现高度互补,产业合作空间无限、潜力十足。本次论坛通过最新的投资政策解读、实战经验分享,不仅有效破除了企业海外投资的“信息壁垒”,搭建了中肯纺织产业精准对接、高效交流的优质平台,更进一步凝聚了双方产业合作共识,既为中国纺织服装企业优化全球化布局、完善供应链体系拓宽了新思路,也为肯尼亚纺织产业补齐产业链短板、加快推进工业化进程带来了新机遇。(耿聪)

《生态环境法典》护航,纺织行业率先启动全链碳管理

2026年3月12日,中国绿色发展迎来“立法与实践”双重里程碑。

当日,第十四届全国人大四次会议表决通过《中华人民共和国生态环境法典》。这是继民法典之后我国第二部以“法典”命名的法律,也是全球首部以“生态环境法典”命名的综合性法律。法典首次将“绿色低碳发展”独立成编,将“双碳”目标等宏观政策上升为全社会一体遵循的法律规则,为各行业从源头防控污染、实现系统治理提供了根本性的制度框架。这一“顶层设计”的完成,预示着中国环境保护正式从末端治理转向全生命周期的源头管控。这部法典将于 2026 年 8 月 15 日起正式施行,届时其深远影响将逐步显现。

同日上午,中国“纺织行业碳足迹管理体系专题研讨”在国家会展中心(上海)6.1 号馆可持续创新专区隆重举行。研讨会上,山东魏桥纺织科技有限公司与中国纺织工业联合会联合启动可持续创新项目,正式开启纺织行业首个覆盖全产业链的碳足迹管理体系建设工作。这标志着纺织行业碳足迹管理正从政策倡导迈向企业实践,从单点减碳走向全链协同降碳的新阶段。

山东省科学技术协会主席凌文院士,中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲,中国纺织工业联合会副会长、社会责任办公室主任阎岩等领导嘉宾与品牌企业、制造主体及科技服务商等百余位代表齐聚一堂,共同探索碳足迹管理从国家方针到企业行动的转化路径。

锚定行业绿色转型的方向与节奏

从中央规划建议的顶层设计到政府工作报告的具体部署,碳足迹管理体系建设已被明确为推动经济社会全面绿色转型的重要抓手。本次研讨会正是在这一时代背景下应运而生,从政策指引、标准解读、企业实践、协同减碳四个维度层层递进,为行业描绘碳足迹管理体系建设的全景视图。

阎岩以《纺织行业“十五五”绿色政策指引与行动路线图》为题作主旨报告。阎岩回顾了“十四五”时期纺织行业绿色发展的成效——印染行业单位能耗降低 8%、水耗降幅超 11%,培育国家级绿色工厂 155 家,废旧纤维循环利用技术实现里程碑式突破。她系统解读了“十五五”时期单位 GDP 二氧化碳排放需累计下降 17% 的减排考卷,以及政府工作报告明确的 2026 年单位国内生产总值二氧化碳排放要下降 3.8% 的年度目标。

阎岩指出,碳足迹管理体系建设是未来五年的核心任务之一。她强调产品碳足迹核算不是“一次性”工作,而是涵盖整条供应链的“系统化管理”——这对纺织这样的复杂供应链而言,意味着格局的根本转变。她同时强调,绿色低碳不是成本而是资产,不是压力而是通往价值高端的必由之路,企业应把握 2026 开局之年夯实数据基础、启动先行先试的务实节奏,到 2030 年,中国纺织工业要实现从制造优势向价值优势的全面跃升。

标准化为行业铸就统一的“减碳标尺”

政策方向明确之后,如何落地?一套统一、科学的标准体系是行业规范发展的基石。中国纺联社会责任办公室副主任胡柯华带来《标准发布与解读:产品碳足迹管理体系》专题报告,围绕 2025 年 12 月正式发布的《纺织服装行业碳足迹管理体系 第 1 部分:通则》团体标准进行深度解读。他指出,该标准为企业提供的是一把“减



与会领导见证项目启动。

碳标尺”,让碳排放“看得清、管得住、降得下”。标准作为行业的“通用语言”和“操作手册”,将确保企业每一次减碳努力都能被精准量化。

标准执行力的突破点,往往源于龙头企业的率先实践。本次研讨会的高潮时刻,是魏桥可持续创新项目的正式启动。

会上,山东魏桥纺织科技有限公司副总裁赵素华详细介绍了魏桥可持续创新项目。早在 2021 年,魏桥就成为首批“30·60 碳中和加速计划”成员企业之一,发布了企业碳中和愿景。此次启动的可持续创新项目将开展行业内首个覆盖全生产流程的碳足迹管理体系建设,将重点实施三大举措:筑牢数字底座,构建全景式碳数据管理平台;树立标杆示范,打造碳中和制造样板;实施全域先行,贯通全链条绿色图谱。赵素华强调,魏桥将扛起产业链“链主”责任,以项目启动为起点,深入贯彻新发展理念,为中国纺织业提升全球绿色话语权提供可复制的全链降碳路径。

会上,中国纺织信息中心助理研究员孔衍以《纺织行业碳足迹管理体系最新进展与展望》为题,系统呈现了行业碳足迹管理体系从能力积累到产业链协同减碳的完整路径。在预览即将发布的《纺织行业碳足迹管理体系建设进展报告》后,孔衍分享了行业碳足迹管理体系建设的最新进展。

从政策方针到企业行动的关键一步

正如孙瑞哲所指出:“应对气候变化,中国纺织行业从来不缺雄心和决心,是全球绿色发展的重要参与者、贡献者、推进者。”纺织行业碳足迹管理体系专题研讨的举办,正是对《生态环境法典》精神的迅速响应与生动实践。山东魏桥与中国纺联联合启动的项目,作为纺织行业首个覆盖全产业链的碳足迹管理体系,标志着法典中关于绿色低碳发展的原则性规定,正在转化为具体的行业标准和企业行动。它意味着碳足迹管理不再停留在政策倡导,而是深入到了从原料、生产到消费的每一个环节,实现了从“单点减碳”向“全链协同降碳”的实质性跨越。

《生态环境法典》的通过,为企业的绿色转型提供了“硬约束”与“强指引”,解决了“为什么要做”以及“遵循什么规则”的问题;而纺织行业碳足迹管理体系的启动,则是在法典精神的感召下,探索“如何去做”的行业范本。纺织业作为中国具有全球影响力的民生产业,其率先建立全链条碳足迹管理体系,不仅为法典中“绿色低碳发展”条款的落地提供了可操作的路径,也为其他行业提供了可复制的经验。(中国纺联社责办/供稿) **ITA**



最新一季的桐昆·中国纤维流行趋势重磅发布十大类流行纤维，汇聚 39 家企业的 33 种全新流行纤维品种。

十五载深耕蓄势，新时代破局启新

桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 重磅发布

■ 中国化学纤维工业协会 / 供稿

2012—2026，十五载砥砺前行，中国纤维流行趋势从探索起步到引领笃行，成为连接传统与当代、科技与人文、产业与民生的重要价值载体，点亮了产业高质量发展之路。

3月11日，由工业和信息化部消费品工业司委托，中国化学纤维工业协会、东华大学、中国棉纺织行业协会、桐昆集团股份有限公司联合主办的“桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 发布会”在国家会展中心（上海）4.2 馆丝路厅举行。

中国纺织工业联合会原副会长许坤元，工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼，中国纺织工业联合会副会长李陵申、梁鹏程，中国工程院院士俞建勇、程博闻，中国科学院院士朱美芳，中国化学纤维工业协会会长陈新伟，中国棉纺织行业协会副会长兼秘书长李杰，桐昆集团股份有限公司董事长兼总裁陈蕾，高性能纤维及制品教育部重点实验室主任王华平，腾讯公益场景合作负责人刘衡晶，以及来自国家部委、中国纺联及其各专业协会等专家领导，国内化纤龙头企业、化纤产业链合作伙伴、终端品牌及时尚界代表、艺术家、媒体等各领域的嘉宾，共同开启一场集趋势发布、华服大秀、公益行动、艺术展于一体的纤维美学盛宴与产业盛典。

从 2012 年到 2026 年，中国纤维流行趋势迎来荣耀十五年。这十五年，是中国化纤产业与国家战略同频共振的十五年，从供给侧结构性改革的破题立新，到“三品战略”的纵深推进；从党的十九大、二十大报告对制造强国战略的部署，到建设纺织现代化产业体系的系统布局，中国纤维流行趋势始终是政策的践行者、产业的领航者。每一步跨越，都紧扣时代脉搏；每一次发布，都折射产业蜕变。

2026 年，恰逢“十五五”开局之年。站在新的历史起点，面对全球产业链重构与科技革命的交汇之势，桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 发布会将本年度的主题定为“蓄势与破局”。这既是对过去十五年深耕积淀的自信回望，积蓄材料创新、绿色转型、文化赋能之势；更是对未来征途的果敢宣言，以破局者姿态，打破边界、重构格局、开辟新境。

► 四大篇章引航向，十大纤维领风潮

最新一季的桐昆·中国纤维流行趋势以纤·新生、纤·迭代、纤·逐浪、纤·突破四大篇章，权威发布十大类流行纤维，汇聚 39 家企业入选的 33 种全新流行纤维品种。最新纤维流行趋势的发布深刻诠释了技术突破、可持续发展、体验革新、场景驾驭的产业内核，从衣物本源重塑穿戴未来，以科技与绿色双轮驱动，为全产业链协同发展提供前瞻指引与战略参考，也让大众在纤维的迭代焕新中，触摸未来生活的无限可能。

“**纤·新生**”篇章中，生物基化学纤维和循环再利用化学纤维 2 类 7 种纤维入选。每根丝线都承载源起自然、循环共生的本真智慧，重塑自身的“生命轨迹”，让绿色基因流淌于穿戴之间。

“**纤·迭代**”篇章中，柔弹纤维、舒感纤维、全效暖控纤维 3 类 11 种纤维入选。它们以分子为代码，重写触感、弹韵与温控的法则，让衣物化身身体的延伸，成为会呼吸、懂回应的“贴身知己”，重塑感知，迭代体验。

“**纤·逐浪**”篇章中，防透隐汗纤维、多元抑菌纤维、易打理纤维 3 类 9 种纤维入选。它们以科技巧劲，为衣物注入抵御烈日、隔绝细菌、轻松去污等硬实力，让每一次探索都无畏，让每一刻时尚都闪耀。

“**纤·突破**”篇章中，高品质阻燃纤维、高性能纤维 2 类 6 种纤维入选。它们以科学的精准与极致的魄力，突破每一个“不可能”的边界；以沉默而强大的姿态，从九天之上到方寸之间，重塑人类与世界的万千联结。

此外，中国纱线流行趋势 2026/2027 发布了今年的主题“纱元新境”，以及“绿纱新生、智纱无界、至质新境、华纱新潮”四大篇章数十款纱线新品，其延续了纤维的蓄势之力，展现了纤维如何通过纱线这一桥梁，最终流淌进美好生活之中。



► 叙事中国美，华服耀风华

作为十五年的特别亮点，桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 发布会特邀著名服装设计师曾凤飞，携超模呈现一场“叙事中国美”五十套高定华服大秀。作品集合了曾凤飞品牌近五年高定华服、新中装精品力作，更遴选出厦门曾凤飞艺术馆馆藏级高定珍品，以匠心织造东方风骨，用纤维演绎当代中国美学。

大秀启幕，京腔雅韵先声夺人。京剧新生代演员马子晨，一袭绛罗青衫头戴凤冠，恍若仙子凌波、自云端降世。行至台前，八句京腔念白字字珠玑，一念一韵，一白一境，古韵与时尚在这一刻隔空和鸣。马鞭轻扬，东方美学大幕正式拉开；光影流转间，五十套高定华服次第登场，铺展成一幅流动的东方美学画卷。

聚光灯下，身着曾凤飞作品的模特们款款行来，衣带当风，光影在织物的肌理间流淌，丝缎流光，提花纹样随步履起落浮现，一褶一皱皆藏东方意韵。设计师以衣载道，将中国传统文化的深厚底蕴与现代纤维的科技质感精妙融合。衣袂翩跹间，尽显“衣有道、纤有魂”的美学新境，亦是纤维流行趋势十五年的时代记忆。

大秀开场，首套丙午系列高定男装，由曾凤飞品牌设计、定制，作品甄选桐昆丝绒面料，将丙午马年元素与非遗割绒工艺相融，尽显新中装时代风骨。同时，特邀近几季活跃在巴黎、米兰国际时装周的超模薛景伦开场演绎。设计师与超模以各自的艺术语言，完成了对纤维面料的时尚表达。



► “纤暖桐行”，步履成善

在十五年的重要节点，中国纤维的温情叙事延伸至更广阔的社会责任领域。发布会上，作为本次发布会 IP 升级的延伸，由中国纤维流行趋势携手腾讯公益、桐昆集团等爱心伙伴，共同发起的“纤暖桐行·一块走”公益行动正式启动。

“纤暖桐行”公益行动以“步履成善，纤维传暖”为理念，通过腾讯公益“一块走”捐步活动，联动社会大众，汇聚爱心步数，转化为暖衣，交予上海真爱梦想公益基金会，送给吉林省孤儿职业学校。据了解，此次捐赠的爱心暖衣，原料源自桐昆高端聚酯纤维打造的高端户外抓绒面料，环保与科技兼具，轻量蓬松又高效锁温，0°C—15°C 单穿或叠穿皆适配，为学生们带去温暖与“衣”靠，用纤维，传递守护力量。

这不仅是一次物质上的捐赠，更是一次行业温度的传递。“纤暖桐行”公益行动让活动有了温度，让纤维成为连接爱心的纽带，生动诠释了纤维以产业之力守护民生、传递温暖的初心与责任。



► “纤维之门”，镌刻荣光

步入会场，为十五年特别打造的视觉装置——“纤维之门”，尽显仪式感，这是连接过去与未来的时光之门。装置左侧 72 个国际渐变色的丝筒，宛如流动的色阶瀑布，其设计灵感源自转经筒“一转一愿”的文化寓意。每一次轻触转动，既是对过往十五年技术突破的致敬，也寄托着对产业未来新征程的美好祈愿。

同期，“叙事中国美”纤维艺术展也在发布会序厅呈现。现场展出了历届大秀中十五套代表性作品，循时间之序，勾勒出东方美学由形到意、由技入韵的发展轨迹。在 AI 技术赋能下，一件件作品被置入具有中国文化意象的数字场景中，延展了纤维在传统与未来之间的叙事空间。中国纤维已从单纯的“原料”，演变为连接传统与当代、科技与艺术的“语言”，重构了高性能与审美表达之间的平衡。



► 同心致远，共赢未来

发布会上，在科技创新与绿色纤维领域表现突出的产业链下游合作伙伴集中亮相，这不仅是对下游企业在各自领域创新突破性的肯定，更是对其推动产业升级、引领行业可持续发展的认可。正是这些创新践行者与趋势落地者的智慧碰撞，共同铸就了中国化纤产业的强大韧性与蓬勃生机。

回望十五载，中国纤维流行趋势以一年一主题的坚定步履，见证并推动着行业的深刻变革。十五年间，国产纤维在关键技术领域屡屡突破，把自主创新的主动权牢牢握在手中；绿色纤维从理念探索走向规模化应用，让可持续不再是愿景而是生产线上的常态；中国纤维从产业链前端的工业原料，一步步走进大众生活、亮相国际舞台，成为一张有分量的产业名片。

十五年的品牌积淀，中国纤维流行趋势实现了从“趋势发布平台”到“产业叙事载体”的深化，当纤维与艺术交融、与文化共生、与公益链接，中国纤维流行趋势不仅仅是一次行业风向的传递，更是一段关于中国纤维如何深入生活、回应时代、承载责任的完整叙事。

蓄势以立，破局以远。桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 发布会虽已落幕，但属于中国纤维的未来，正迎着光，浩荡启程。TA

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

CHIC

intertextile
SHANGHAI home textiles

yarnexpo

PH

Intertextile

强信心、聚商机、赢未来

2026 中国纺联春季联展沪上绽放

■ 本刊记者_陶红 董笑妍 夏小云 徐长杰 王利 耿聃

春风送暖，万物复苏。2026年3月11—13日，中国纺联春季联展于国家会展中心（上海）盛大举行，集结了纺织领域的五大专业展会——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，构建起覆盖纺织全产业链的综合性行业平台。

展会期间，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、各专业委员会、各成员单位负责人参观了本届联展。春季联展的平台效应，正在将一股股创新力量凝聚为系统的产业动能。

2026 Intertextile 春夏面辅料展：

大潮起东方，经纬通四海！

三月上海，春潮涌动。为期三天的2026中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会（简称：2026Intertextile春夏面辅料展）在国家会展中心（上海）举办。

作为全球纺织面料领域的开年盛典，2026Intertextile春夏面辅料展启用国家会展中心（上海）7个展馆——1.2号馆、5.1号馆、6.1号馆、6.2号馆、7.1号馆、7.2号馆、8.1号馆，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，呈现一场覆盖面辅料全品类的时尚与科技盛宴，见证全球纺织业协同创新的蓬勃力量。

2026Intertextile春夏面辅料展在2026中国纺联春季联展的平台赋能下，真正实现了从纤维源头到终端消费的全链条价值贯通，以“确定性”回应“波动性”，以“系统优势”应对“碎片挑战”，为全球纺织业提供面向未来的可持续解决方案。

全球买家团集结，打通供需“最后一公里”

采购团组的规模化集结勾勒出产业需求的宏观版图，专场对接的精准化匹配打通了供需两端的“最后一公里”……2026Intertextile春夏面辅料展通过广度与深度的双重布局，共同构筑起展会链接全球、驱动增长的商贸引擎。

展会期间，“千人组团参观”活动率先引爆现场热度。来自浙江、江苏、湖北、福建、广东、山东、河南、四川等全国重点纺织产业省市的近百个产业集群、商协会及专业市场组团纷纷到场参观。他们带着明确的采购意向，与参展企业就面料、辅料、成衣等品类展

开深入洽谈。同时，河北、内蒙古、辽宁、吉林、安徽、江西等多个省区的百余个产业集群也齐聚展会，针对当地特色产业带的补链需求，集中采购，清单明确、合作意愿强烈，展现出中国纺织业全域联动的蓬勃活力。

国内买家团阵容豪华。安高若、阿里巴巴、安踏、报喜鸟、比音勒芬、波司登、迪尚、斐乐、雅戈尔、雅莹集团等品牌买家携最新采购需求亮相，积极寻觅优质供应链伙伴；超盈纺织、大染坊丝绸、金顿服饰、嘉麟杰、纪森川、江苏阳光等企业开启一站式采购洽谈。

国际买家团阵容依旧强大。来自加拿大、法国、德国、意大利、日本、韩国、西班牙、瑞典、瑞士、英国、美国等百余个国家和地区的众多国际知名品牌与专业买家团到场采购，寻求深度合作，全球纺织产业链的“朋友圈”在此交汇。

同时，香港工业总会、马来西亚针织厂商会、俄罗斯时尚产业协会、俄罗斯纺织轻工会、新加坡时尚协会、泰国纺织学会、吉尔吉斯斯坦纺织发展中心等多家海外行业组织、机构及企业团体携各国重点纺织服装企业代表，带着最新采购需求亮相，为参展商带来丰富国际订单。此举既有效巩固了外贸基本盘，也为有意进一步拓展海外市场的企业指明产品开发方向。

Arc'Teryx、Aigle Asia Limited、Decathlon、ASICS、DESCENTE等户外运动与功能服饰品牌，Max Mara Fashion Group-IMAX、Hugo Boss等高端时装与奢侈品品牌，INDITEX、Bershka、Massimo Dutti等快时尚与零售巨头，MUJI、WEGO

Co Ltd、Edwin、New Era Cap等潮流与生活方式品牌，ASOS、Cathcart London、Kappahl、Perry Ellis等电商与先锋品牌齐聚展会，为参展商提供深度对接不同层级国际市场资源的绝佳机会。

精准对接让商贸价值在面对面交流中最大化释放。作为展会核心商贸区，Intertextile CLUB商贸对接区百余组1v1高阶对接交流活动火热进行。泰国纺织学会采购专场商贸对接活动率先启动，集结了泰国本土服装制造商、面料进口商及品牌采购负责人，重点关注环保面料、功能性纤维及高端天然材质，为展商切入泰国及东盟市场提供直通通道。

南美—中东国际贸易采购专场顺利举办，南美特邀买家采购专场、中东特邀买家采购专场、中东玩具跨界采购专场三场商贸对接会，强势集结来自哥伦比亚、阿根廷、委内瑞拉、巴西、卡塔尔、阿联酋、阿曼等国家的优质采购商，助力参展商深度了解国际市场、抢占国际先机。

同时，SHEIN供应链高端线采购专场特邀SHEIN供应链团队携高端线采购需求亲临现场，以闭门对接形式与优质供应商深度洽谈。Intertextile职业装领袖企业考察团对接会、国际潮流运动采购专场、江南布衣集团采购专场等多场对接会轮番举办，全球优质供应链资源与顶尖采购需求实现了精准链接。

百场论坛密集上演，多维视角引领行业新风向

展会特设“对话纺织区”“可持续发展论坛区”“热点交流区”3个论坛区，近百场密集而高质量的对话轮番上演，构筑起前沿观点的碰撞高地。

“对话纺织区”洞见潮流奔涌。“逃离：开启新世界的大门”研讨会、Intertextile 2027春夏流行趋势解析、2027春夏女装趋势研讨会、WGSN 2027春夏女装面料趋势预测等均紧扣产业链的关键环节，灵感与思维的交锋在此汇聚成推动行业前行的智慧力量。

“可持续发展论坛区”树立规则的灯塔。“当可持续遇见时尚：GOTS标签纺织品可持续与公平的保障”研讨会、“TE+GOTS标准更新：MMS+GOTS8.0要点解析”研讨会、可持续视角下的全球供应链追溯实践与能力建设研讨会等聚焦全球标准的最新动态与供应链的追溯实践，从GOTS标签的保障到“责任链动”的启动，每一场研讨都在重新定义商业价值的底色。

“热点交流区”激发机遇的磁场。认证助力纺织企业可持续发展和产品创新研讨会、2026徐州（上海）高端纺织产业投资推介会、“双碳时代下的材料破局：海藻基生物材料的功能化创新与应用”研讨会等聚焦海藻基、生物基等创新应用与高端纺织的产业布局，多元视角下的增长新机在此孕育。

思想激荡之外，视觉的盛宴同样引人注目。2027春夏中国纺织面料流行趋势、海外纺织面料流行趋势在展会期间正式发布。

2027春夏中国纺织面料流行趋势通过“时尚概念”“可持续时尚”“牛仔趋势”“科技&功能”四大主题专区进行沉浸式、场景化演绎，从色彩、材质到风格，全方位解码未来一季的市场脉搏与消费美学，成为设计师与买手不可或缺的灵感源泉。

海外纺织面料流行趋势以“敢于步入光明，焕新注入活力”为核心，以“悖论”为主线，串联起“柔韧之悦、憩息写意、摄人芳华、礼赞匠心”四大主题，共呈现超700款面料及辅料样品，同时，《流行趋势指南》发布，成为专业买家采购潮流面料、图案、印花以及色彩方面的灵感参考。



展会集中展现了全球纺织业协同创新的蓬勃力量。

全链生态全景呈现，前沿探索重塑产业价值

移步换景，在展区的经纬交织间，一幅全球纺织业深度交融的生动画卷正徐徐展开。

国内展区规模空前。汇聚超过2500家优质参展商，按照产品品类和功能划分为16大专业展区，包括时尚女装面料、功能/运动装面料、正装面料、休闲装面料、跃动牛仔、衬衫面料、皮革毛绒、内衣面料、婴童面料、婚纱/礼服面料、数智创新、辅料视界等，精准响应多元化的市场终端需求，全景式展现中国纺织面料产业门类齐全、链条完备、纵深发展的强劲实力。

更引人注目的是，产业集群的协同效应在本届展会上得到淋漓尽致的诠释。浙江绍兴、海宁许村、浙江湖州、江苏盛泽、福建晋江、新疆图木舒克、中国麻纺织行业协会等8个极具代表性的产业集群地、行业协会以“集团军”的阵容，集中展示中国纺织地域产业的独特优势与升级成果。

国际展区汇聚超500家参展商，分布于5.1号馆“国际展区”、7.2号馆“跃动牛仔”、1.2号馆“辅料视界”3大展馆，来自韩国、日本、法国、土耳其、意大利、印度以及中国香港、中国台湾等8个国家及地区展团，以及兰精、韩国纺织品中心和北京爱科赛尔认证中心等3个特色纤维和联合展团齐聚，带来全球前沿的材质、设计与标准，为行业发展注入强劲动能与澎湃活力。

2026Intertextile春夏面辅料展特设多个特色展示区，系统性呈现行业在可持续发展、科技创新、数字转型与文化传承等关键维度的前沿探索与实践成果。

“可持续创新专区”的静态展示系统展示了来自“纺织行业30·60碳中和加速计划”的20家代表企业的“先锋实践案例”，同期三场主题论坛为全球产业链伙伴提供面向未来的洞察。

“新技术创新空间”以“科技赋能·质领未来——‘十四五’纺织科技创新成果展”为主题，集中呈现“十四五”期间纺织行业的标志性科技成果。

“数字时尚创新空间”集结全链条数字时尚科技资源，清晰勾勒高效转型路径，助力产业在数智浪潮中实现高质量升级。

备受瞩目的“传统色专题文艺展区”第三次亮相，以“春风几样青”为主题，对中国传统青色系进行当代艺术化解读与商业转化探索，为全球时尚提供独特的中国文化视角。

值得一提的是，国际展区内设置了可持续发展专区（Econogy Hub）、可持续发展展示区（Econogy Hub Display Area）、功能性产品展示区（The CUBE）等，以开放式展位设计，为专业人士提供丰富的资源和灵感。此外，全新推出的宠物服饰展示区“萌宠时尚”给观众带来细分领域的一手资料。

在这里，商贸的交汇重塑供应链效率，思想的激荡预见未来方向，生态的呈现感知产业韧性。当全球产业链深度重构，中国纺织正以开放的格局与创新的底气，为世界提供确定性的价值方案。

CHIC

Home Textiles

CHIC 2026 (春季): 春天, 让我们共同创造

3月11—13日, CHIC2026(春季)在国家会展中心(上海)举行。以“找春天”为主题, 这场为期三天的行业盛会, 在11.72万平方米的展馆内, 汇聚了来自全球10余个国家和地区的1291家优质展商、1335个品牌。CHIC2026(春季)不仅是服装人寻找春天的集结地, 更是一次全产业链的集体破局与信心回归。

千企万商, 以实力叩响春天之门

万钧之势, 起于垒土。CHIC2026(春季)的底气, 首先来自千帆竞发的展商矩阵。领军企业以创新定调, 集群、市场以协同出击, 新生力量以锐气破局。千余家优质展商带来10万+SKU、90%新品首发, 这是CHIC2026(春季)现场最直白的“春天”。

运动户外类产品正在重新定义城市与自然的边界, 轻运动场景的空气层套装、越晒越美丽的光能防晒服、兼顾时尚表达的瑜伽服、轻量化冲锋衣等等都表达着身在城市、心在旷野的从容生活态度。

国风浪潮在此超越了符号化表达, 时尚极简的宋锦马甲、非遗刺绣长裙、民族风植物染皮衣、融合国风创意的学士服……让买家沉浸式感受到传统美学的澎湃生命力及其当代转译。

这里的先锋潮流从未停止发声: 将和平主张融入设计的“宣言夹克”、可盐可甜的做旧机车外套、打破结构常规的四袖设计多穿T恤、明星联名款“断鞋”、以年轻语态解构传统文化的“悠悠春·四喜财神”, 数不尽的创意都在诠释当代先锋潮流风向。

绿色健康也不再是小众标签, 而是共识选择。木棉植物绒T恤、抑菌竹纤维毛呢大衣、生物基纤维融合凉感科技的“绿色童装”等, 可持续理念在此触手可及。这里还有科技力量深度介入日常, 智能健康管理T恤、AI足球潮服, 前沿科技悄然融入“智感生活”。

不仅如此, 3D立体裁剪“极致性价比牛仔裤”、7天交付“小香风定制外套”、把松弛感拿捏住的西服套装、与海外时装周同步首发的辐射洗水牛仔衣、超薄羊皮棉麻复合大衣、游牧风文艺少女装、浪漫轻奢真丝连衣裙……让买家一步一惊喜。

每一件独特产品背后, 都是一条深耕多年的供应链、一个敢于创新的品牌、一群对品质偏执的匠人。

每一个展位前, 那些被反复触摸的面料、被镜头追逐的版型、



展会现场, 千余家优质展商带来10万+SKU、90%新品首发。

被买手当场锁定的款式, 正在用最直观的方式宣告: 产品力是行业最硬的底气, 创新力是破局最锐的锋芒, 而敢于投入、敢于生长, 正是中国服装人信心回归的最佳注脚。

决策者云集, 以订单锁定春天

展会上, 来自英国、法国、意大利、美国、加拿大、澳大利亚等20多个国家和地区的海外买家团数量激增, 国内买家团亦阵容强大。河南省服装行业协会、四川省服装商会、爱慕股份、恒源祥集团、东方丝绸市场等111家专业买家团早早进场, 携单而至, 精准对接。

商贸对接会成为展会核心引擎。多场海外品牌对接会、买手店选品会、“牛货”聚集商贸会座无虚席, 供需双方从“试探”直接跨入“锁定”。青岛花手箱品牌管理公司在对接中发现环保皮革面料与新中式风格的融合令人眼前一亮; 琮琤国风集则锁定了多家高端中式女装企业, 计划通过联名与非遗合作, 推动新中式服饰多元化发展。

电商平台与红人带货品牌同样收获颇丰。一家深耕红人带货领域的品牌在主办方精准筛选下, 找到了符合定位的牛仔与针织供应链, 并计划未来拓展配饰产品线。多位买家表示: “CHIC总能带来惊喜, 我们对未来的深度合作充满期待!”

百场活动, 以思想浇灌春天

CHIC2026(春季)不仅是产品与交易的舞台, 更是一场思想的盛宴。三天内, 100余场活动密集落地, 涵盖论坛、发布、沙龙、秀场等多种形式。CHIC论坛发布区人头攒动, 来自AI零售、全球渠道、品牌管理、供应链改革等领域的领军者同台对话, 分享最硬核的洞察与最鲜活的案例。

从“AI与零售融合”到“全球渠道布局”, 从“供应链转型”到“国风品牌路径”, 每一场论坛都是一次集体复盘与认知升级。听众频频举起手机拍摄, 互动环节提问接连不断, 论坛结束后人群仍聚集讨论——这些观点, 正转化为生长的养分, 浇灌出下一个春天。

展区内, CYB“集四喜, 开全运”巡游打卡活动吸引潮流爱好者穿梭集章; “找春天”打卡点排起长队, 观众领周边、拍照片、发朋友圈, 把产业复苏的气息传递给更多人。展位前, 定制手袋早早发完, 冰激凌不断送出, 咖啡香弥漫展馆, 热情与生机无处不在。

产业盛会, 以人气见证春天

三天展会, 海宁展团收获满满, 展团代表兴奋表示: “开展第一天就有人成交, 心情像春天般明媚。”男装品牌展商感叹观众热情高涨, 洽谈桌从早到晚没空过; 图腾体育负责人对AI驱动生产力表现出浓厚兴趣, 已与多家渠道商达成初步合作意向; 天煦团队则通过展会上获取的市场反馈, 进一步明确产品研发方向。

“一定要来参加, 在这样好的平台, 企业能够快速吸收行业信息、拓展人脉、提升品牌认知, 成长速度远超预期。”鼎骏负责人的话语, 道出了无数展商的心声。

3月13日, CHIC2026(春季)圆满闭幕。三天, 117200平方米的空间, 1291家展商, 1335个品牌, 10万+专业买家——每一个数字背后, 都是服装人对春天的执着追寻。

春天, 从来不是等来的, 而是每一个服装人用行动、用坚守、用热爱共同创造的。CHIC2026(春季)落下帷幕, 但春天才刚刚开始。让我们以春季为起点, 向上而生; 以秋季为期待, 再赴收获。

2026 intertextile 春夏家纺展: 全链聚力, 绘就家纺高质量发展新图景

3月11—13日, 中国国际家用纺织品及辅料(春夏)博览会(简称:2026 intertextile 春夏家纺展)在国家会展中心(上海)5.2号馆举办。本届展会以“够舒适, 才好睡, 愈健康”为核心主张, 携手近400家国内外优质展商, 与中国纺联多场春季展会同期共振, 不仅成为家纺行业春季新品首发与商贸对接的核心阵地, 更以多元对接模式、硬核产业实力、全球化资源链接, 为家纺行业高质量发展注入强劲动能, 绘就中外产业合作的全新图景。

全链聚势, 科创赋能筑产业根基

本届展会规模超27000平方米, 展馆内人气火爆, 展品品类丰富多元, 全面覆盖家纺十大核心品类, 国内七大家纺产业集群联袂登场。南通展团以“好家纺·南通造”统一形象亮相, 瑞爱福、明超等企业各展所长; 浙江羽绒集群组织15家企业深耕绿色健康睡眠产品; 高阳毛巾展团依托集群效应实现客户精准对接; 湖州长兴展团以27家企业的全产业链优势彰显区域品牌; 青岛床品产业链、浦江绗缝被及宠物家纺展团、毛纺协会精品毛毯展团等各展所长, 各竞风流, 尽显中国家纺产业集群的硬核实力与协同魅力。七大集群实现上下游高效联动, 为全球市场提供优质、多元的产品供给。

在新质生产力培育的背景下, 参展企业围绕“科技、时尚、绿色、健康”定位持续创新, 推出一系列差异化产品, 不断刷新产业创新边界。魏桥嘉嘉家纺的植物染系列优选天然纤维与染料, 打造舒适天然的产品体验; 红柳科技的奈特绵全棉针织床品升级透气透湿性能, 带来裸睡级零感体验; 深耕棉业42年的国欣家纺, 展示从棉种研发到成品加工的全链路优势; 拥有90余年历史的宾霸以棉籽绒为原料, 凭借再生铜氨纤维彰显环保与舒适融合的发展理念; 枕中方通过分子降解技术和微胶囊技术打造“可呼吸的养生床品”。

本届展会的国际化特色尤为鲜明, 汇聚葡萄牙、日本、澳大利亚等多国优质展商。乌兹别克斯坦展团首次参展, 带来兼具中亚风情与可持续理念的特色产品; 葡萄牙家纺协会携十余品牌展示欧陆奢华床品与精美绗缝工艺; 日本GSI Creos展示的可持续纤维Bemberg吸引多国买家关注。

中外企业并肩参展、深度切磋, 让展会成为全球家纺前沿技术与潮流理念的交流平台, 也为中国企业走向世界搭建了黄金跳板。

全球交融, 多元对接促商贸共赢

展会以“精准匹配、高效成交”为核心, 打造了全维度商贸对接矩阵, 专场精准对接与自由开放洽谈相辅相成, 让供需对接跑出“加速度”, 成为家纺行业名副其实的“掘金高地”。

开展首日, “浙江羽绒外贸优品采购对接交流会”率先启幕, 海外买家团与柳桥集团、方翔纺织等十余家浙江羽绒龙头企业深度对接, 将初步合作意向快速推向实质阶段; 后续东隆、魏桥、三利等知名企业的外贸对接交流会持续开展, 携床品、毛巾、酒店布草等多品类精品精准匹配国际买家多元化需求。同时, 5.2馆L109开放洽谈区面向所有参展商开放, 成为中小微企业开拓商机的重要平台, 参展商与采购商直奔核心议题洽谈, 大幅提升沟通效率, 实现了不同规模、不同品类企业的全维度商贸覆盖。

全球多维度专业采购力量的齐聚, 让展会的商贸价值进一步凸显。海外买家团覆盖中东、亚洲、欧洲、非洲、南美等全球重点市场, 采购商国别涵盖沙特阿拉伯、韩国、俄罗斯、尼日利亚等, 成



家纺企业围绕“科技、时尚、绿色、健康”定位持续创新, 推出一系列差异化产品。

员囊括垂直整合供应商、电商企业、供应链协调商等多种类型。韩国PSBBIO CO.,LTD等海外企业高度认可展会的对接效率, 已与国内功能性面料、环保材料领域的优质企业初步沟通合作意向。

与此同时, 常州湖塘纺织城、临沂家纺市场等核心市场的批发商、分销商组成专业市场买家团, 从展会新潮展品中捕捉行业新趋势、获取经营新思路; 苏州等多地电商买家团紧盯环保低碳、色彩趋势、功能创新等热点领域。国内采购商纷纷表示, “展会能高效对接源头工厂, 实现采购效率与性价比的双提升”。

参展企业作为商贸活力的核心支撑, 携科技赋能、环保升级、功能创新的多元化产品矩阵全面亮相, 全方位覆盖海内外市场需求。CASUCA的爱丽丝梦境四件套等新品收获线上线下多渠道意向客户, 柳桥集团不仅深化与老客户的合作, 更结识大批潜力新客, 众多企业都借助展会为全球贸易网络布局打开了全新局面。

趋势领航, 多维活动启行业新篇

除了丰硕的商贸成果, 展会还以多场重磅活动贯穿全程, 集中释放行业前沿观点与产业动态, 为行业高质量发展注入新思想、新动能。以“够舒适 才好睡 愈健康”为主题的2026助眠力高峰论坛重磅发布《2026助眠力洞察报告》《2026/2027年度助眠色彩》《2026/2027青少年助眠色彩》《2026乐龄人群助眠指南》四大成果, 精准洞察青少年、乐龄人群等不同群体的睡眠需求, 实现助眠服务的全场景适配。

展会围绕Next Gen科技新生力、Palette设计新势力、Connector产业融合力、Go-Green绿色循环力四大主题板块打造了系列配套活动。其中, Connector产业融合力板块成为产业对接核心枢纽, 3月11日, 2026助眠力高峰论坛汇聚行业多方代表共话健康睡眠发展, 同期举办聚势共生·高阳优品推介暨“宏润杯·首届高阳家用纺织品创意设计大赛”成果发布、浙江羽绒外贸优品采购对接交流会等活动, 为行业交流搭建高效平台; 3月12日, 家纺企业睡眠爆品打造、睡眠概念产品出海等论坛持续开展, 汇聚多元精英分享交流, 推动产需精准对接, 为产业融合注入强劲动力。

2026 intertextile 春夏家纺展的圆满落幕, 不仅留下了一份沉甸甸的合作订单, 更点燃了产业协同的星火, 凝聚了创新发展的磅礴力量, 成为中国家纺行业在变革中坚韧前行、在创新中焕发活力的生动缩影。

Yarn Expo

PH Value

2026 Yarn Expo 春夏纱线展： 纤动民生，链通未来

3月11—13日，中国国际纺织纱线（春夏）展览会（简称：2026 Yarn Expo 春夏纱线展）在国家会展中心（上海）举行。600余家优质展商携最新科技成果亮相，以一根纤维的万千可能，回应“十五五”规划民生福祉七项指标，书写“让群众有更多实实在在获得感”的产业实践。

展会虽已落幕，但合作的种子正在发芽，订单的果实即将挂满枝头。从实验室到生产线，从原料到品牌，从国内到国际，2026 Yarn Expo 春夏纱线展以一根纤维串联起民生温度与产业高度，以一场展会激荡起创新浪潮与商机奔涌，为纺织产业高质量发展注入源源不断的源头活水。

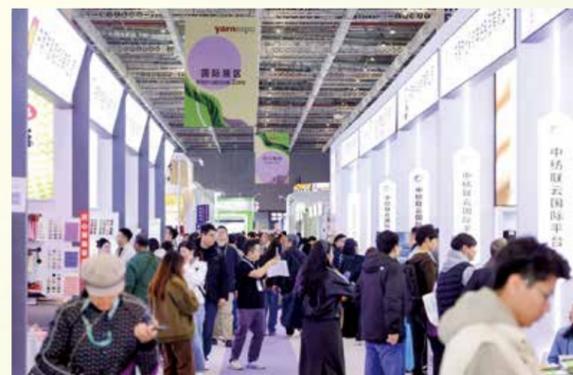
科技，让民生更有温度

纤维材料一端连着百姓生活的民生需求，一端连着消费升级的市场趋势。从运动装备的健康防护到家居产品的抗菌防螨，纤维材料正以润物无声的方式融入日常生活的每一个细节，成为衡量民生温度的一把隐形标尺。本届展会上，功能性差异化纤维成为关注焦点，以科技创新回应民生关切，以精准研发匹配消费升级。

展会期间，上海洁宜康化工科技有限公司展位前来咨询的采购商络绎不绝。洁宜康重点展示了其抗菌防霉、防螨、抗病毒、吸湿发热、光蓄热、抗紫外、阻燃等功能性差异化助剂、母粒、纤维及纱线系列产品。“我们的研发始终瞄准市场需求和人民健康。”洁宜康总经理马正升介绍，公司依托高校技术背景，致力于将实验室成果转化市场可用的功能性解决方案，为百姓美好生活提供“隐形守护”。

值得关注的是，洁宜康的科技成果在下游企业落地转化成效显著。孚日集团集团股份有限公司此次是专程来到洁宜康展位深入交流的。孚日集团副总经理、技术质量总监张在成表示，双方在功能性家纺领域已有多项合作，洁宜康的抗菌、吸湿发热等功能性纤维已应用于孚日的高端毛巾、床上用品等产品线，产品性能稳定、效果显著，深受消费者好评。从实验室研发到产业化应用，从原料供应商到品牌合作伙伴，洁宜康与孚日的合作正是产业链上下游双向奔赴的生动缩影。

同样聚焦民生需求的易生新材料（苏州）有限公司，展示了聚乳酸纤维、纱线及无纺布等产品，以及聚乳酸与粘胶、棉、麻、羊毛、竹浆粘胶等纤维的混纺产品。“随着消费者环保意识和健康意识的提升，生物基材料的市场空间正在快速扩大。”公司董事长杨义浒表示，



Yarn Expo 纱线展不仅是展示创新的窗口，更是连接市场的桥梁。

展会期间接触了多家下游品牌客户，对生物基材料在民生领域的应用前景充满信心。

协同，让创新更快落地

在市场竞争日益激烈的当下，单点突破已难以满足终端品牌的复杂需求，产业链协同创新成为必然选择。本届展会上，从纤维源头直达品牌终端的定制化开发模式，从纤维、织造到面料、终端成品的联合创新模式备受关注。

百草未来健康科技（青岛）股份有限公司的展位上，许多服装、家纺品牌慕名而来，热闹非凡。百草新材料专注于大生物纤维材料的研发与产业化，将天然植物提取物与纤维材料融合，赋予产品抗菌、抗病毒、防螨等功能。“我们的产品价值多元，兼具科技、自然、健康、绿色、安全、文化六大核心元素，可针对不同品牌的定位和需求，定制开发差异化功能解决方案。”公司市场部总监黄元龙介绍，本次参展，多家国内知名服装品牌主动寻求合作，新的定制化开发方案已提上日程。

作为涤纶短纤领域的领军企业，江苏华西村股份有限公司特种化纤厂此次携手新泽源、鑫凤织造等涡流纺企业共同参展，全方位展示涤纶短纤及其纱线的品质内核，为下游各环节提供一站式供应链服务。从化纤原料到纱线织造，从机械设备到成品制造，华西村完整产业链的展示让采购商眼前一亮。“从实验室到市场，纺织产业链的成果转化之路很长，通过产学研用融合发展，才能有效推动新产品产业化、规模化落地。”公司特种化纤厂总经理汪方能说道。

产业链协同的价值，在于让创新更贴近市场，让需求更快速反馈到源头。百草新材料的“品牌主动找过来”、华西村的“一站式供应链服务”，正是2026 Yarn Expo 春夏纱线展搭建高效对接平台的最好证明。在这里，纤维企业不再是产业链的“上游隐士”，而是品牌创新的“源头合伙人”。

实效，让平台更有价值

一张张名片的交换、一次次愉快的握手、一笔笔订单的落地，见证着 Yarn Expo 纱线展平台的实效与价值。

黑松露、野茶油、沙棘、红石榴、甘草……这些平日里的高端食材、药材和水果，在惠美新材料的展位上，以纤维的形态展现出令人惊艳的另一面，成为贴身衣物中滋养肌肤的天然力量，成为家纺床品中安神助眠的植物密码。“开展第一天，我们就接到一个客户的50吨订单，展会期间陆续接到多个现场订单以及意向订单。”公司副总经理陈占强表示，我们带来的不只是纤维，更是一种“让生活更健康”的可能，而展会给了这种可能被看见、被认可、被选择的舞台。Yarn Expo 纱线展不仅是展示创新的窗口，更是连接市场的桥梁。

惠美新材料的“开门红”并非个例。三天展期，8.2号馆内洽谈火热，捷报频传。浙江金旗新材料科技有限公司的展位上，销售团队几乎没有一刻停歇。“本次展会期间接待的新客户占60%以上，其中不乏来自欧洲、东南亚的国际采购商。”公司销售经理徐惠燕表示，这些新客户的开拓对企业后续拓展海内外市场意义深远。

展会落幕，商机不息。Yarn Expo 纱线展的云上平台仍在运转，全球纺织人的合作仍在继续。

2026 PH Value 春夏针织展： 春潮涌动，硕果盈枝

春涌针织焕新韵，匠心筑梦赴新程！3月11—13日，2026 中国国际针织（春夏）博览会（简称：2026 PH Value 春夏针织展）亮相国家会展中心（上海）。作为中国纺联春季联展的核心组成之一，2026 PH Value 春夏针织展吸引了近200家领军企业以及产业链上下游专业买家齐聚一堂，用创意与科技谱写春日复苏乐章，以商贸与协同绘就产业升级蓝图。

时尚针织，科技跃迁

时尚针织的每一次创新集成，都是 PH Value 针织展的“缩影”。2026 PH Value 春夏针织展现场，无论是原料创新、工艺革新，还是功能升级、数字赋能，都能在一件件展品、一套套解决方案上有所体现，打破传统边界，彰显硬核实力，让人深切感受到针织“科技跃迁”的具象化。

在材质创新领域，企业纷纷突破原料局限：嘉兴卓数以从牧场到身体的温暖算法，重新定义高原奢暖，268道精细工序让牦牛绒织进每一缕珍贵纤维之中；鼎创羊绒的山羊绒拉绒产品，在完美保留其软糯亲肤、温暖轻盈特性的同时，最大程度攻克了羊绒易起球、易掉毛的痛点；天之纺从专属纱线开发到牛仔水洗工艺的全链路服务，让毛衫像牛仔一样“炫酷”；博森纺织以“单吸单防汗无痕技术”“生物染羊绒技术”两大突破性创新技术颠覆传统认识，现场圈粉无数。

功能升级与数字赋能是展会上的一大亮点：芬腾将益生菌、艾草等成分融入针织产品，主打“穿戴式养生”新场景；东莞恒莱可机洗羊绒通过工艺创新，极大突破了传统羊绒护理难的问题、开拓了羊绒的市场空间；濮院毛衫数字贸易平台海外版上线，以“PlinkX”专属品牌搭建全球供需桥梁，实现从“贴牌出口”到“品牌出海”的转型；中国针织创意中心 CKRC 的数字化设计系统，让创意快速转化为量产方案，推动设计与生产的无缝衔接。

这些新技术、新产品、新模式，不仅回应了春夏市场对针织产品轻薄、透气、环保的需求，更构建起时尚针织高质量发展的最硬核竞争力。

五大展团，活力再现

展会现场，浙江濮院、广东大朗、山东海阳、浙江洪合、江苏横扇五大产业集群展团协同亮相。

浙江濮院展团携42家企业重磅参展，不仅带来原料、工艺全面升级的新品，更以“濮院毛衫”数字贸易平台海外版上线为核心突破，为产业带出海按下“快进键”。广东大朗展团的13家企业覆盖产业链关键环节，通过时尚设计与品质管控的双重发力，唱响了集群品牌新声。山东海阳展团的26家企业聚焦智能织造与绿色生产，多品类集中展现了产业高质量发展的新质态。浙江洪合展团的6家企业以优质羊毛原料与典雅设计，精准对接精英消费群体，成为展会上的一道亮丽风景。江苏横扇展团的12家企业以“72小时出货”的极速响应能力，完美适配线上直播等快消市场需求，展会现场人气爆棚。

五大集群各具特色、优势互补，既展现了区域产业的深厚底蕴，更通过协同联动形成规模效应，为针织产业的集群化、品牌化发展提供了鲜活样本。



本届展会让人深切感受到针织“科技跃迁”的具象化。

精彩活动，燃爆现场

2026 PH Value 春夏针织展精心策划的7场活动精彩绝伦、干货满满，成为展会不可或缺的“价值核心”。

展会首日，三场重磅活动燃爆全场。“山东海阳第九届毛衫艺术活动启动仪式”通过专题推介、时尚走秀、对话交流等活动，共同绘就了海阳毛衫产业高质量发展新蓝图。“‘濮院毛衫’数字贸易平台海外版上线启动仪式”清晰呈现了“濮院毛衫”区域品牌迈向国际市场的未来图景。“第十一届‘濮院杯’PH Value 中国针织设计师大赛决赛暨颁奖典礼”的成功举办，让新生代设计力量成为行业时尚新鲜血液。

次日，“2026 针织设计师人才沙龙”为行业发掘、培育优质设计人才搭建交流平台。“小禾时装羊绒设计秀”与“上海玛歌：芭利玛瑞妮时装大秀”轮番上演，让观众沉浸式感受针织时尚的独特魅力。而“崛起中的非洲纺织枢纽：肯尼亚纺织服装投资论坛”则为行业带来全新的国际视野，为中国针织企业开拓非洲新兴市场、布局全球供应链提供宝贵参考，助力企业把握海外新机遇。

商贸对接，成果显著

本届展会创新性打造“品牌买家专场”“海外买家专场”“渠道商及集群专场”三大核心板块，4场近百次精准商贸对接，以“定向邀约+需求匹配+现场洽谈”的全流程服务模式，为参展商与采购商搭建高效沟通桥梁。

主办方特别邀请卡蔓、鄂尔多斯、布言布语、德玛纳瑞品、果壳电子商务、唐狮、优思缇、SHEIN、以纯、赢家、雅莹等几十家知名品牌买家，以及菲律宾、秘鲁、印度、西班牙、荷兰、乌克兰等海外实力采购商，与参展企业“面对面、一对一”深度对接。对接现场气氛热烈高涨，洽谈区座无虚席，时不时传来阵阵掌声与欢笑声。

参展商带着创新产品主动推介，买家们围绕采购需求细致咨询，从产品材质、工艺细节到供货周期、定制服务，双方展开全方位沟通。有的企业现场敲定合作意向；有的买家拉着参展商深入交流设计方案，探讨联名合作可能；海外买家则通过翻译与企业详谈跨境物流、品质标准等合作细节，不少人当场留下样品，约定后续实地考察……精准的需求匹配让对接效率大幅提升，一场场高效务实的洽谈，让展会的商贸价值真正落地生根。

为期三天的2026 PH Value 春夏针织展，展新了行业“科技、时尚、绿色、健康”的新图景。近200家参展企业带来的创新产品、五大产业集群的协同发力、7场重磅活动的思想碰撞、近百次专业买家的精准对接，共同铸就了这场行业盛会的丰硕成果。这场“开门红”，必须将为针织行业的新质发展奠定坚实基础。TA



展会期间，中国家纺及柯桥区相关领导参观展会现场。

聚焦源头供应链 拓展全球新视野

2026 第十七届柯桥窗帘布艺展聚力启航

本刊记者_唐小狄

春满柯桥，展迎天下。3月11—14日，为期4天的2026春季全球居家纺织品生态时尚展暨第十七届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展在绍兴国际会展中心举行。本届展会深度聚焦“源头供应链”与“全球视野”，不仅延续了往届展会的专业品质与精彩内容，更在品类拓展、时尚引领和生态构建等方面实现了全新突破。

本届窗帘展以“打造居家布艺最具价值链商贸平台”为愿景，汇聚近500家源头企业，展品涵盖窗帘窗纱窗饰、墙纸墙布墙饰、餐厨布艺、相关机械设备等多元品类。在强化窗帘布艺核心优势基础上，新增餐厨/卫浴布艺、沙发软体、户外布艺等品类，极大丰富了展品维度，实现从材料到成品、从设计到渠道的全链路贯通。

展会期间，中国家用纺织品行业协会会长朱晓红、副会长吴永茜，柯桥区委常委、副区长宋琪，柯桥区中国轻纺城党工委副书记、建管委主任孙伟刚等领导深入展会现场，为展会高质量举办及产业发展把脉支招。

新品“引力场”，尽显硬核实力

步入展馆，新的产品随处可见，数百源头品牌竞相绽放，演绎品牌盛宴，引领行业新风尚，合力展现中国窗帘窗纱源头供应链的新质生产力。从功能升级的窗帘窗纱到融入智能科技的遮阳系统，再到工艺迭代的机械设备，每一件新品都折射出企业对市场趋势的敏锐捕捉。展台之间，客商驻足体验、交流洽谈，柯桥窗帘展已成为洞察产品风向、

感知创新脉搏的最佳窗口。

步入“魅饰可挡”展厅，首先映入眼帘的是一幅融入“马”元素的窗帘作品。这正是企业为呼应2026年马年主题，特别推出的“马上发财”系列新品。作为第二次参加柯桥窗帘展的企业，本次参展共带来十几个系列的新品，涵盖棉麻、雪尼尔等多种材质，产品风格覆盖了奶油风、法式风等当下主流审美。品牌主理人骆宗杰表示：“如今消费者在窗帘选择上，虽然逐步回归到过去偏爱花布的潮流，但对视觉效果有了更高要求，更加追求‘花而不乱’的呈现。针对这一趋势，我们在本次展会上重点推出了雪尼尔提花产品，共提供4款花型与多种颜色选择，尤其适用于卧室场景，能够更好地满足不同客户的个性化需求。”

江西精英伦窗帘有限公司作为首次参加柯桥窗帘展的企业，本次参展重点推出了多功能真皮百叶、无拉绳小魔盒等新品。其中，今年研发的多功能真皮百叶帘采用皮质材料，具备防水、防油、防变形等特性，搭配上同色窗帘，让产品兼具美观性与实用性；无拉绳小魔盒系列则实现了帘体的隐藏式收纳，适配蜂巢帘、百叶帘、罗马帘等多种

类型，体现了产品在系统化与定制化方面的创新。展会首日进店人气持续高涨，已累计与超过200位专业客户交换联系方式，并现场确认订单十余单。董事长祝禄表示：“尽管我们是首次亮相柯桥，但对产品品质与市场定位充满信心，也希望此次参展能为品牌拓展B端客户市场奠定良好基础。”

本次柯桥窗帘展既有深耕行业多年的实力品牌携经典系列亮相，也有新兴设计力量带来前沿理念与跨界灵感，新老面孔同台竞技，共同呈现柯桥窗帘展源头供应链的蓬勃活力。数百家参展商以新品力作回应市场需求，以差异化定位抢占细分赛道，在展示与交流中碰撞出新的合作机遇。柯桥窗帘展正成为越来越多企业发布新品、拓展渠道、链接资源的重要平台。

跨境“助推器”，链接全球商机

出海浪潮下，拥抱跨境电商成为窗帘布艺企业开拓增量的关键选择，面对广阔市场，如何开拓新航向是核心考题。一批深耕跨境全链路的平台与服务商汇聚柯桥窗帘展，为这一传统优势产业注入全新的出海动能，助力更多企业在全方位布局中抢占先机、行稳致远。

步入跨境展区，仿佛置身一个汇聚全球资源的“出海服务港”，这些头部平台凭借强大的品牌影响力和海量用户资源，为窗帘布艺企业搭建起直面海外市场的桥梁。与此同时，物流、支付、数字营销、法律合规等专业服务机构环环相扣，形成一站式跨境服务矩阵，让柯桥企业在家门口即可对接全球资源，实现高效出海。

Wayfair平台是一家成立20余年的电商平台，目前在北美家具类目占据领先地位，线上市场占有率超过15%，同时在线下设有十余家高端场景化销售展厅。平台于2021年进入中国，目前已有超过两万家中国供应商入驻。在运营模式上，Wayfair采用类似“半托管”方式——商家提供成本价，平台负责生成零售价、客服和派送。Wayfair负责人殷康表示：“此次参展，我们是希望贴近柯桥本地的窗帘、地毯、纺织等源头厂商，让更多供应商了解平台，推动他们从给品牌方代工逐步转向自有品牌电商化发展，实现从制造到品牌的跃升。”

展会同期，跨境活动区先后举办“市场趋势论坛”“智汇未来·布艺无界·跨境电商引领窗帘行业全球布局新趋势论坛”“多平台商机论坛——全球开店季，抢占出海先机·跨境电商平台商机解析与资源对接会”等多场活动，聚焦全球市场动态与跨境增长机遇，汇聚行业智慧、解码出海路径，为窗帘布艺产业拓展国际视野、注入发展动能，持续发挥行业风向标的引领作用。



AI“驱动力”，赋能产业新未来

数智浪潮奔涌向前，技术赋能加速落地。如今，AI技术正成为窗帘布艺产业转型升级的重要驱动力。从智能设计辅助到精准营销投放，AI帮助企业提升产品开发效率、降低运营成本，为传统制造注入新活力。

玉麒麟墙布品牌创始人汪玉明表示，过去制作一条短视频需要经过文案、拍摄、剪辑、配乐等多个环节，既耗时又依赖专业人员；而借助豆包、DeepSeek等工具，除了内容营销，AI在产品端也展现出强大的赋能能力。汪玉明举例说，AI可以根据客户的年龄、喜好和空间需求，快速生成个性化的软装效果图。同时，AI技术也正在深入工厂端的应用场景，包括市场需求分析、客户精准维护、库存智能预警等。“因此，AI不仅是一个工具，更是推动企业从传统制造走向智能工厂的关键力量。”汪玉明表示。

本届柯桥窗帘展紧扣这一趋势，特设AI技术应用主题论坛与专题展区，邀请前沿技术服务商与行业专家现场分享，为参展企业提供从趋势洞察到落地应用的深度赋能。第十七届中国轻纺城窗帘布艺展览会高峰论坛聚焦技术与行业未来，围绕四大核心议题展开：解码流量时代窗帘品牌的精准获客策略；探寻AI赋能品牌创新的多元路径；聚焦纺织新技术与健康生态的前沿融合；分享全域AI营销从公域到私域的实战打法。本次高峰论坛通过系统化的议题设计，帮助企业穿透流量焦虑与技术迷雾，厘清“AI究竟能解决什么”“如何真正为我所用”等核心问题。

此次展会立足柯桥窗帘源头供应链的优势，积极拓展全球视野，既见证了众多展商同台竞技的蓬勃活力，也呈现了从传统布艺到智能家居的全品类图景；既在十余场重磅活动中激荡思想火花，也在跨境论坛的深度对话中拓宽出海航道。这场春日盛会不仅勾勒出窗帘布艺产业的升级脉络，更以创新之力持续撬动行业未来，为家居纺织品生态产业链注入澎湃动能。



本届柯桥窗帘布艺展见证了众多展商同台竞技的蓬勃活力，呈现了从传统布艺到智能家居的全品类图景。

柔织生活，布艺新主张！

家纺布艺产业链协同发展对接会在柯桥举行

■ 本刊记者 边吉洁

当前，随着人们对家居生活品质的追求不断提升，窗帘作为家纺软装的关键组成部分，其时尚表达、美学价值、功能体验与健康属性日益成为市场关注的重点。在此背景下，家纺布艺产业正迎来怎样的变革？新材料、新设计、新技术又将如何重塑未来的家居体验？3月12日，“柔织生活·布艺新主张——家纺布艺产业链协同发展对接会”在绍兴柯桥给出了答案。

本次大会聚焦设计原创、流行趋势、新材料应用与大健康方向，邀请行业权威专家、设计引领者、技术专家及品牌代表，从行业运行、区域实践等角度出发，共同探讨窗帘布艺行业的前沿动态与发展路径，为行业创新与协同发展提供交流平台。

宏观把脉：解析行业运行与未来趋势

中国家用纺织品行业协会会长朱晓红在致辞中指出，当前家纺行业正从产品制造向生活方式服务转型，未来发展方向清晰呈现四大趋势：一是智能化引领，智能窗帘融入全屋智能体系，成为智慧生活入口，智能制造和AI体系建设备受关注；二是整家化重构，从单一产品转向一站式空间解决方案，AI实景设计提升消费体验；三是绿色化升级，环保材料与健康功能使产品成为家居健康守护者；四是价值化竞争，消费分层背景下，高端市场注重设计文化，大众市场追求实用与情绪价值，文化赋能成为关键。同时，我国纺织产业链完整、制造先进、配套完善、信誉可靠的核心优势依然存在，未来协会将与全行业同心同向，协同发力，以创新驱动提质增效，以产业协同促共赢，持续推动行业高质量发展。

“柯桥，窗帘布艺产业高度集聚，已成为全国乃至全球重要的家纺布艺产业高地。近年来，柯桥紧扣‘国际纺都’建设目标，全力推动窗帘布艺产业向高端化、智能化、时尚化、品牌化、国际化加快升级。”中国轻纺城党工委委员、建管委副主任祁金通表示，本次对接会聚焦窗帘生产链、供应链和服务链三大核心链条，为产业链上下游企业搭建了高效对接的平台，进一步推动新材料、新技术、新设计在窗帘布艺产业中的应用，助力产业加快实现绿色转型、时尚升级和数字赋能。

中国家用纺织品行业协会副会长吴永茜在主旨发言中指出，2025年家纺行业在多重压力下承压前行，正从规模扩张转向存量优化，当前国内窗帘市场已呈现消费分级趋势，企业必须依据自身优势精准定位、分层突破。结合法兰克福展会所传递的“从展示产品到呈现价值”的国际趋势，她强调中国参展企业正加快从“获单拓渠道”向“树品牌领趋势”转型，国际买家已更加注重可持续理念与整体解决方案。对于柯桥产业发展，她呼吁行业回归本质，以品质筑基，共同打造具有国内国际市场影响力的“柯桥窗帘”区域品牌。

前沿洞见：从国际风尚到技术创新

在产业升级的浪潮中，设计创新与材料突破始终是推动布艺产品价值跃升的双引擎。在分享环节，专家们从国际流行趋势、纱线技术创新、功能性材料应用及家居色彩美学等多元视角，解读了布艺产业的创新密码。

中国家用纺织品行业协会时尚研究拓展部项目主管刘格雨带来了“法兰克福流行趋势解读与应用”的分享，系统阐述了媒介重构、可视协同、感知自然、匠心拙趣、技术即肌理、循环工艺六大趋势方向，并结合具体案例展示了如何将AI设计、手工技艺与自然肌理转化为



会议现场。

可落地的家纺产品。她呼吁企业以融合思维重塑设计流程，让科技赋能匠心，使产品成为有温度、有效率、有责任的情感载体，真正实现国际趋势的本土化落地与价值提升。

东华大学纺织学院副教授、纺织品设计与产业经济系教学主任马颜雪以“花式纱线在布艺产品中的创新设计”为题，深入探讨了花式纱线在家纺布艺中的多元应用路径。她指出，未来花式纱线的设计将更加注重与智能交互、情感化表达的结合，推动布艺产品从“视觉装饰”向“情绪载体”转型，为家纺行业注入更具温度的创新动能。

“功能性材料的研发不仅是技术升级的驱动力，更是布艺产品实现差异化、高端化、绿色化转型的关键支撑。”浙江省现代纺织技术创新中心、功能性材料研发负责人齐晓明聚焦“功能性材料开发与布艺产品创新升级”，系统介绍了先进纤维复合材料在布艺领域的应用前景。

哥本哈根工程学院IDS/NCS国际室内设计配色顾问林静丽以“2026家居CMF趋势预测”为题，深度剖析了未来家居饰面的设计方向。2026年是家居设计的“转向之年”，在存量房改造提速与消费理性回归的双重背景下，家居饰面正从单纯的装饰向情绪载体转型。

产业赋能：标准化工作开启新篇章

产业的高质量发展，离不开标准的引领与规范。大会期间，还举行了“全国家用纺织品标准化技术委员会布艺工作组”揭牌仪式。该工作组的成立，标志着我国布艺产品标准化工作进入了更加专业、系统的新阶段。工作组将围绕产品标准、检测方法、绿色评价等方面开展系统性研究，推动行业迈向规范化、高质量、可持续发展。

绍兴市市场监督管理局党委委员吴拥军表示，绍兴作为经济强市，纺织产业是其传统支柱产业，柯桥更是全国布艺产业的重要集聚区，成为绍兴纺织外贸出口与内需消费的有力支撑。此次布艺工作组的成立，正是以标准化为抓手，推动布艺产业实现标准化与高品质发展，既是破解行业发展瓶颈的关键举措，也是落实浙江省“两大示范区”建设要求的具体实践。期待工作组在构建布艺产业标准化体系、规范行业竞争秩序、增强国际竞争力及推动产品质量升级等方面发挥积极作用。

本次对接会的成功举办，不仅为柯桥家纺产业集群注入了澎湃活力，更搭建起了一个贯通全国家纺布艺产业链的深度交流平台。立足新起点，柯桥将继续携手全国家纺产业集群，推动产业链、创新链、价值链深度融合，以协同创新驱动产业升级，共绘家纺布艺产业生机勃勃、行稳致远的美好未来。

Focus / 聚焦

柯桥以“绿色组合拳”撬动纺织业低碳变局

在“双碳”目标引领制造业深度变革的时代浪潮中，柯桥正以一套精准有力的政策组合拳，加速撬动一场覆盖全产业链的绿色革命。新近出台的《柯桥区先进制造业强区“4131”行动若干政策》释放强烈信号：对获国家级、省级认定的绿色企业（工厂、园区）分别给予50万元、20万元奖励，对认定为省级零碳（近零碳）工厂的企业重奖200万元。这一系列“真金白银”的支持举措，为区域制造业绿色转型注入强劲动能。

作为拥有8000余家纺织印染企业、其中规上企业达900余家的纺织产业集聚区，柯桥正以政策为支点，撬动一场深刻的产业变革。变革的成效已在数据中显现。仅2025年，浙江诚邦高新纤维科技有限公司、浙江梅盛新材料有限公司、浙江七彩彩虹科技有限公司等11家柯桥纺织企业跻身绍兴市市级绿色低碳工厂行列；在纺织后整理行业集聚提升攻坚中，12个镇街的279家企业通过原地提升、搬迁集聚、转型转产等路径实现优化升级。这些数字背后，是一个日渐成型的绿色制造体系。

透过数据，柯桥的绿色转型路线图愈发清晰。下一步，柯桥将聚焦纺织印染产业全面绿色转型，深化减污降碳协同治理，重点推广低



浴比气流染色机、数码印花等绿色装备，普及清洁生产技术，加速淘汰老旧落后设备，加快构建覆盖全产业链的绿色制造体系。

从“绿色工厂”到“零碳工厂”，从单项奖励到系统构建，柯桥正用政策的“含绿量”提升纺织业的“含金量”，为区域经济高质量发展注入源源不断的绿色动能。（边吉洁）

纠纷减少超九成！“版权AI智审”亮出成绩单

近日，柯桥区人民法院轻纺城人民法庭自主研发的“版权AI智审”应用交出亮眼成绩单。截至2026年2月，“版权AI智审”通过协同通道、开发经营户自查小程序等多元服务模式，已为全国20个省份265家法院的1.8万件案件提供图案查重服务，识别出具有在先使用情况的案件比例达69.9%，推动轻纺城市场花样版权纠纷减少超九成，从源头高效化解了大量图案类知识产权矛盾。

据了解，“版权AI智审”作为全国首个司法领域图案类查重比对应，由柯桥法院研发，在浙江高院指导下于2022年8月开始应用于司法审判。该应用借助“以图搜图”技术将在浙江省版权局和阿里巴巴知识产权原创保护中心登记的逾8亿张图案纳入图片底池，实现“图案查重”“创新参考”“近似比对”三大功能，进一步破解图案原创情况难查、创新程度难定、事实认定难断的司法痛点，为纺织行业高质量发展提供更优技术支持，为优化营商环境提供更强保障。

2025年7月，柯桥法院向全国560家具有知识产权审判管辖权的法院正式开通“版权AI智审”应用的功能，这个从本地纺织业痛点中诞生的智慧司法成果，已成为服务全国创新保护的利器。如今，这套系统在全国范围内发挥着重要作用，已为20省262家法院提供查重服务1.75万件。

未来，“版权AI智审”将持续推动应用迭代升级，深化技术融合与功能拓展，进一步提升图案查重的精准度和智能化水平，为纺织行业提供更加高效便捷的原创保护服务。通过司法与技术的深度融合，该应用将为柯桥纺织行业的高质量发展注入新动能，推动产业向高端化、品牌化、国际化迈进，为打造世界级纺织产业集群提供坚实的法治保障。（唐小狄）

中国轻纺城用“拓市行动”跑出发展“加速度”

开年以来，中国轻纺城抢抓行业复苏机遇，积极组织市场经营户“走出去”拓市抢单。从郑州到上海，中国轻纺城集团先后组织企业参加2026国际品牌服装ODM供应链博览会暨河南服装大会、2026中国国际纺织面料及辅料（春夏）博览会等重量级行业盛会，不仅展现了柯桥纺织的强劲实力，更助力经营户精准对接资源，迎来新春拓市“开门红”。

据了解，两场展会中国轻纺城均组织十余家企业组团参加，集中呈现了数码印花、户外运动、针织提花、天然纤维等时尚面料，充分展示了经营户的创新工艺与个性化面料解决方案。参展企业纷纷表示，组团参展不仅提升了品牌知名度，更结识了大量潜在客户，为全年业务拓展打下坚实基础。

近年来，中国轻纺城积极组织企业“走出去”拓市抢单，通过“布行天下”系列活动足迹遍布全国重点纺织市场。从郑州到西柳，从上海到广州，活动累计举办近百场对接会与展销会，成功帮助数千家经营户拓展内需市场，有效打通了产业链上下游的堵点，逐步构建起线上线下联动、覆盖全国的产业拓展新格局。

除此之外，作为建设“世界级大市场”的主阵地，中国轻纺城积极构建“海外站、海外馆、海外仓”三位一体的国际贸易新体系，通过设立俄罗斯站、土耳其站等3个海外站，并在缅甸、土耳其等国落地9家企业海外仓，打通本土面料直达国际采购端的展示窗口；依托海外仓建设，优化跨境物流与仓储服务，高效链接国内国际两个市场，助力企业拓展海外市场。

中国轻纺城以“主动出击、积极拓市”的坚定姿态，在国内国际两个市场跑出了拓展“加速度”。未来，中国轻纺城将持续拓展市场边界，以更开放的姿态拥抱全球贸易新机遇，把一次次参展、一场场对接转化为实实在在的拓市行动。（王耀祖）

答卷十四五
启程十五五

从“布料码头”到“价值枢纽”， 2026 年中国轻纺城集团这样走！

■ 本刊记者_王利 边吉洁

2026 年，“十五五”规划新征程开启。站在全球纺织产业价值链重构的关键节点，绍兴柯桥正全力推进现代化纺织产业体系建设，加快打造“国际纺都、智创新城、和美柯桥”。作为浙江省改革开放的“金名片”，中国轻纺城如何在新一轮产业变革与市场竞争中把握主动权、展现新作为？



浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长潘建华

“未来要将中国轻纺城从全球最大的纺织品集散中心，建设成全球纺织价值链中的核心枢纽。”浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长潘建华如是说道。作为推动中国轻纺城发展的主力军，中国轻纺城集团如何将宏伟的蓝图转化为施工图、实景图？结合 2025 年集团在柯新亚专线、市场采购贸易、跨境电商、轻纺数字贸易港、智谷园区等方面的十大亮点工作，潘建华表示，2026 年将围绕“AI 布”建设、物流配送、展览中心等十大重点任务全面推进。

近年来，中国轻纺城集团已完成从“市场管理者”到“纺织产业的综合集成服务商”的身份转变，围绕“市场、数字、投资”三大主线系统布局。立足新形势，集团将以“市场品牌化”提升竞争力，以“平台数字化”重塑价值链，以“贸易全球化”拓展新空间，以“配套高质化”构建新生态，推动中国轻纺城从传统“面料码头”向链接全球、定义价值的产业中枢跃升，在世界纺织产业版图中确立新的坐标与话语权。

市场品牌化：从规模集聚到价值引领

当传统专业市场面临同质化竞争与流量分化的挑战，如何通过精准定位与业态升级，重新激活实体空间的吸引力？中国轻纺城的答案是：聚焦“一市一特色”，以品牌化、细分化重塑核心竞争力，提升市场辨识度。

自中国轻纺城东市场成功打响“中国时尚女装面料第一站”品牌知名度，各大市场聚焦各自优势持续发力，着力扩大市场整体品牌影响力。2025 年，中国轻纺城户外功能面料专区开业，成功吸引三丰、紫荆花、上古、马萨等一批功能面料领军企业入驻，构建集研发、展示、交易于一体的综合平台；中国轻纺城新材料中心进一步加大招商力度，汇聚了包括山东魏桥、无锡一棉、太极石股份、唐诗村、索玛缇等二十余家行业知名企业。“这就像在市场中树立了标杆，倒逼着本地企业必须向上攀登。”潘建华认为，这种“虹吸效应”正带动高端集聚与产业升级的良性循环。

“2026 年，集团所属的每个市场都要有增量，推动高度辨识度的市场品牌化建设。”潘建华根据每个市场的特色勾勒出一幅切实可行的发

展蓝图。如：北联市场瞄准大家纺领域，计划引入全国顶级窗帘品牌，与会展经济联动打造“永不落幕的窗帘精品展”；服装市场规划改造为融合设计师品牌、AI 高端定制、区域特色服装集成的时尚消费体验空间，融入酒吧、潮玩等业态吸引年轻客群，打造一站式商贸综合体。

未来，集团还将聚焦羊毛羊绒、运动科技面料等细分赛道，引入全国优质企业，打造专业化市场区块，构筑“一区一品”的特色化格局。此外，“中国轻纺城纺织博物馆”“时尚天地”等项目的持续推进，都旨在打破传统市场空间的桎梏，营造能激发创意与新经济形态的复合场域。

“原来是产业推动市场，现在要反过来，用市场引导产业发展。”潘建华的这句话，精准概括了中国轻纺城品牌化转型的深刻内涵。这不仅是在经营策略的调整，更是发展逻辑的根本性变革。从被动承接产业溢出到主动定义市场格局，从追求规模效应到深耕细分价值，中国轻纺城正通过系统性的品牌重塑，将一个传统的交易集散地，升级为能够引领行业趋势、整合高端资源、定义产品标准的价值高地。

平台数字化：“AI 布”重构纺织产业新格局

当数字经济成为驱动产业升级的核心动力，传统纺织市场如何借力数字化实现跨越式发展？“数字化的进程没有完成时，一直是进行时。”潘建华的这句话道破了轻纺城集团数字化转型的核心逻辑，目标直指 2026 年建成辐射全省的数字化基座，推动中国轻纺城升维为数据时代的价值链核心枢纽。

谋定而后动，早在 2020 年底，中国轻纺城集团便前瞻性布局开启“数字轻纺城”新赛道。多年来，集团在数字化建设的道路上越走越深，在 2025 年推出纺织产业首个 AI 大模型，实现数据驱动的精准洞察与设计、生产、销售全环节耦合，构建起个性化快速响应系统。

在潘建华看来，真正的数字化绝非商品的简单“上网”，而是一场贯通全产业链的深度重构。依托与浙江凌迪数字科技有限公司的深度合作，集团搭建起“商户智能体平台”“产品智能体平台”和“渠道销售智能体平台”。借助 AI+3D 技术，原本静态的面料实现动态数字化呈现，



客户在线上即可直观感知面料的质感、垂感与花色，彻底打破线下看样的时空限制。目前，“AI 布”平台已有 5 万款面料完成数字化，标志着传统面料交易模式迎来颠覆性变革。

智慧物流则是中国轻纺城数字化建设的关键一环。针对市场周边传统物流“小散乱”的痛点，集团正积极构建“线上下单、智能调度、高效配送”新模式。“未来经营户通过手机 APP 即可实现智能匹配最优运输方案，并实时检测物流动向，极大提升物流效率。”潘建华说道。

“数据是数字化的基础，没有数据就像最好的厨师没有食材，做不出好菜。”潘建华强调，柯桥拥有海量市场主体和数据，推动全行业数字化虽是浩大工程，却是产业升级的必经之路，而以“AI 布”大模型为关键抓手的数智革命，将为这座传统市场巨擘插上腾飞的翅膀。以数据资源为纽带，集团正积极推动“印染大脑”“物流大脑”“仓储大脑”“交易大脑”“市场管理大脑”“设计大脑”有机协同，通过“六脑合一”覆盖全产业链。

展览全球化：畅通“双循环”经贸网络

作为全球规模最大、经营品种最全的纺织品集散中心，柯桥纺织的销售网络已覆盖全球 200 余个国家和地区。然而，市场经营户却仍以内销为主，如何帮助这 3.8 万余户市场主体抢抓“出海”新机遇？对此，中国轻纺城集团以“内外联动、多点布局”为抓手，打造一体化出海体系，精准对接国际采购需求、拓展全球市场份额，打通面料供应链出海“最后一公里”。

在 2025 第八届世界布商大会现场，举行了“云链布全球、数字新丝路——中国轻纺城海外展览联盟启动及签约仪式”，成为中国轻纺城深化全球部署、拓展外贸渠道的又一关键节点。当前，中国轻纺城正通过研发、生产、流通、销售等关键环节上的数据协同来打造赋能全球贸易智慧中枢，未来集团将在全球布点 30—50 个展览中心来推动市场，以“平台+展览中心+海外仓”的模式实现一体化出海，通过构建“线上选样、线下看样、线上下单”的交易闭环，为海外客户提供最便捷、最高效的全流程采购体验。

据潘建华介绍，2026 年将率先完成在孟加拉国、意大利、乌兹别克斯坦等关键市场的首批 10 个以上展览中心布局。届时，柯桥经营户可通过数字化平台将面料“展示”给全球采购商；海外买家则能线上查看动态化面料效果，并在线下展览中心实地验货、高效提货，显著降低贸易成本。

在挖掘外贸增量的基础上，集团还将通过国内布局强化供应链纵深，在湖北武汉与汉川、福建晋江等产业腹地设立前置展览中心，推行面料前置，紧密绑定下游制造端，并计划将当地优质成品服装反向引入柯桥，形成“面料出去、成品回来”的产销闭环。同时，“新疆轻纺城”更成为链接东西部市场的战略枢纽，依托浙江中国轻纺城成熟分销网络，实现阿拉尔及周边优质棉纱、面料、家纺等产品与东部市场采购商、服

装品牌的精准对接，并借助阿拉尔的区位优势，将柯桥轻纺城产品与当地产品通过市场平台出口至中亚、中东甚至欧洲，形成双向赋能的贸易格局。

国际贸易通道的打通，为贸易全球化提供了坚实支撑。2025 年 8 月，“柯新亚”跨境专线迎来首发，这是继“中欧班列”柯桥号之后，畅达亚欧纺织贸易大通道的又一创举；2025 年市场采购贸易额突破 50 亿美元，成为外贸发展的稳定器；跨境电商创新中心则打造集选品、物流、支付、交易于一体的全链条赋能平台，补齐配套短板。随着“柯新亚”专线的不断完善，将加速推动柯桥形成更为经济、便捷、高效的区域外向型“新丝路”。

配套高质化：构建世界级产业生态体系

站在“十五五”的新起点，中国轻纺城正向着“世界级大市场”的宏伟目标加速迈进，进一步提升国际话语权。在潘建华看来，世界级大市场的背后，需要世界级的配套体系支撑。从绿色园区建设到配套服务完善，再到供应链金融赋能，轻纺城集团正从多个维度构建全方位产业配套生态，为市场发展保驾护航。

绿色是未来的通行证。轻纺数字贸易港屋顶的光伏板在阳光下熠熠生辉。据潘建华介绍，这一低碳项目不仅能满足贸易港自用需求，剩余电能并网出售后，保守估计每年可创造 1000 万元利润，更为柯桥纺织品贴上了进军国际市场的“绿色标签”。未来，集团还计划在园区推广电动叉车、无人驾驶运输车等绿色设备，全力打造浙江省低碳园区标杆。

智谷园区的建设则是集团推动产业集聚与绿色发展的又一力作。一期园区已吸引多家后整理企业入驻，二期项目定位为数码印花集聚区，将引进高标准数码印花企业，自建数码印花车间，打造数字化、智能化生产基地。“我们的园区，环保指标要与环保部门实时联网，实现全程监控。”潘建华强调，园区不仅要坚守绿色生产底线，更要提供全维度配套服务，为企业员工提供技能培训、生活配套等支持，让园区真正成为企业和人才发展的沃土。

供应链金融是产业发展的活水，也是数字化建设的最终目标。针对中小纺织企业融资难的痛点，近年来，集团积极开展数字化供应链金融服务，帮助经营户依据信用等级申请贷款、利用仓单质押获取金融支持，帮助众多小微企业快速盘活资金，成为缓解融资难题的“及时雨”。

放眼未来，世界纺织产业的竞争，将不再是单个企业或产品的竞争，而是生态系统与价值链控制力的角逐。中国轻纺城集团已在这场角逐中谋篇布局，开启一场以重构产业逻辑、重塑全球坐标为核心的深刻变革。这条转型之路，是中国传统专业市场在数字经济时代突围的生动范本，也勾勒出中国制造从“规模红利”转向“价值红利”的清晰路径。TA

答卷十四五
启程十五五

从“天子南库”到快时尚策源地： 诚大时装广场续写十三行新传奇

■ 本刊记者_罗欣桐

广州十三行路1号，新中国大厦首层至三层，广州市诚大时装广场的入口处，每天清晨都上演着相似的一幕：来自全国各地的买手、电商主播、品牌采购商鱼贯而入，试图在这里捕捉到中国服装市场最前沿的潮流信号。

三百年前，这里商船云集，货通全球，被誉为“金山珠海，天子南库”。三百年后，在同样的经纬坐标上，十三行诚大接续了这片土地的商业血脉，成为全球快时尚“小单快反”柔性供应链的策源地。

战略定位：锚定原创与转型

“做电子到华强北，做服装到十三行”，这句在业界广为流传的话，道出了十三行在中国服装产业版图不可替代的地位。进入“十四五”，面对电商冲击和消费升级，十三行诚大制定了清晰的核心战略：推动市场从传统批发集散地向原创设计品牌孵化平台转型。

当时制定这一目标，是基于深刻的行业洞察。传统批发模式同质化竞争加剧，利润空间被压缩，难以为继。十三行诚大管理层意识到，唯有抓住“原创设计”这一产业价值链的高地，才能带领场内600余家商户穿越周期，实现可持续发展。

为此，十三行诚大实施了一系列结构优化措施，将商户数量从原有的1150多家精选至600多家，淘汰同质化严重的摊位，重点扶持拥有自主研发能力和供应链的优质品牌。“十四五”期间，这一目标取得了显著成效。

如今场内规模以上企业超100家，年销售量突破15亿件，产品覆盖国内二级市场、连锁品牌、电商及网红渠道，成功孵化了众多从“批发商”跃升为“品牌商”的典型案例。

重大突破：空间革命与潮流地标塑造

“十四五”期间，十三行诚大最引人注目的突破在于完成了一场“空间革命”。2019年，诚大启动全面升级改造，引入韩国设计团队，对全场硬件和动线进行优化，彻底改变了传统批发市场的拥挤印象。精心打造二楼“潮PLUS街”和三楼快时尚孵化区等特色空间，形成了层次分明、差异化的品牌生态矩阵。

这一改造不仅是物理空间的升级，更是商业模式的重塑。明亮、舒适、时尚的商贸环境，吸引了全国买手、电商主播和潮流达人的目光。每年的“开季节”和秋冬“抢鲜季”活动期间，十三行诚大通过引入现场乐队、潮流艺术装置、主题快闪等创新形式，将采购季变为时尚嘉年华。

相关活动在社交媒体上获得巨大曝光，“#诚大抢鲜季”等话题浏览互动量巨大，成功实现了“体验式商贸”的转型。

2024年，十三行诚大荣获“全国商品交易市场最具创新力示范市场”称号；2025年，更一举斩获“四星级商品交易市场”“民营经济最具影响力企业”以及“省级AAAA级标准化良好行为企业”等多项重磅荣誉。

克难之道：创新引领与生态构建

取得这些突破的过程并非一帆风顺。转型初期，部分商户对从“坐商”到“品牌商”的转变存在顾虑，对投入设计研发和品牌建设持观望态度。同时，改造升级过程中如何平衡施工与正常经营，也是一大挑战。

诚大采取了一系列创新措施克服困难。首先，通过组织设计培训、举办原创设计大赛、对接设计师资源等方式，切实帮助商户提升设计能力和品牌意识。其次，在改造工程中采用分区分阶段施工方案，最大限度减少对商户经营的影响。同时，诚大积极拥抱社交媒体营销，为商户提供线上引流支持。

通过邀请时尚达人探店打卡、在抖音和小红书等平台进行内容营销，帮助商户拓展电商、直播等新渠道客户。这些举措逐步构建了一个良性循环的时尚产业生态，商户从转型中切实获益，进而更加积极地投入品牌建设。

“十四五”期间，十三行诚大的转型发展产生了显著的经济效益和社会效益。其打造的“原创设计+快反供应链+社交媒体营销”新模式，影响了整个商圈乃至更广范围的市场运营思路。

未来蓝图：时尚资源平台的愿景

站在“十四五”与“十五五”的交汇点，十三行诚大已经绘制了新的发展蓝图。“十五五”期间的战略将更加聚焦于“平台化”和“生态化”，目标是推动十三行商圈从传统批发集散地向“全球时尚资源平台”转型。

新的战略重点将放在进一步强化原创设计集聚效应，深化供应链协同，并拓展国际时尚资源的对接上。十三行诚大计划利用其在十三行商圈的核心地位，打造一个连接设计师、品牌、制造商、买手和消费者的综合性时尚产业服务平台。

这一转变意味着十三行诚大将不再仅仅是一个物理市场的市场管理者，而要成为时尚产业生态的构建者和赋能者。这与“十四五”期间侧重于市场硬件升级和商户品牌化改造的工作形成了延续与升级。

“十五五”期间，诚大计划在三大业务领域进行重点布局。一是深化原创设计生态建设。继续优化二楼“潮PLUS街”和三楼孵化区的品牌组合，引入更多有潜力的设计师和原创品牌。计划与国内外设计院校建立合作，打造从人才培养到市场转化的完整链条。

二是拓展时尚产业服务功能。利用红棉集团在时尚产业的整体资源，与红棉国际时装城、广州中大门形成协同效应。计划搭建常态化的趋势发布、品牌展示和商贸对接平台，举办更具行业影响力的时尚活动。

三是加强数字化与体验式融合。在现有社交媒体营销成功经验的基础上，进一步探索线上线下融合的商贸新模式。通过数据赋能，帮助商户更精准地把握市场趋势和消费者需求，同时持续提升线下空间的体验感和潮流属性。

“荣誉属于过去，创新永无止境。”十三行诚大时装广场总经理连健文表示，“十三行的辉煌由历史铸就，更需由我们这代人用智慧与汗水去续写。”

白天，它是中国快时尚心脏，吞吐着数以亿计的时尚订单；夜晚，它则沉静下来，将积蓄的商业能量转化为品牌进阶与模式迭代的内生动力。这种日与夜的交替，恰如传统与创新在此地的融合：表面是批发市场准点收市的传统作息，内里却是引领产业变革的思维从不打烊。TA

天丝™莱赛尔—HV100 纤维中国首秀

2026中国纺联春季联展期间，兰精集团携总面积逾800平方米的卫星展团盛装亮相。期间，兰精集团将新品发布的聚光灯投向了一款具有革新意义的产品——天丝™莱赛尔—HV100纤维。这不仅该产品在中国市场的首次集中亮相，更是兰精回应品质消费趋势、推动纤维技术迭代的力证。

天丝™莱赛尔—HV100纤维的诞生源于对一个行业“痛点”的精准回应，过去为了追求纤维的均匀顺滑，反而失去了天然纤维原始的、带有生命力的质感。而天丝™莱赛尔—HV100纤维采用Variocut（变切）技术，通过精准调控纤维长度的差异，在面料表面复刻出类似棉质的不规则天然纹理。正是这种“刻意制造的不完美”，使面料在承袭天丝™纤维标志性舒适柔软性能的同时，展现出更佳骨感、半消光的扎实质感和更接近于棉的触感，为高端及崇尚原生美学的设计语言开辟了全新维度。

兰精全球纺织业务执行副总裁Yann Lepage表示，天丝™莱赛尔—HV100纤维是兰精与下游客户深入讨论和合作开发的最新价值产品。研发和创新同事经过无数小时的共同探讨和市场洞察，打造出这些新产品，为最终成品赋予了刻意的不完美感与独特肌理。他表示，兰精将继续与客户合作，在新产品开发中保持领先地位。

“兰精将天丝™莱赛尔—HV100纤维首选使用于牛仔面料，不仅让牛仔面料呈现出复古的感觉，同时让牛仔面料立得住，骨感更加扎实，色泽更自然且接近天然纤维。”兰精中国区纺织事业部高级商务总监兼总经理胡焱钧指出，该产品精准填补了“科技感”与“自然感”之间的空白，天丝™莱赛尔—HV100纤维将为中国面料厂商提供更独特和差异化的选择。

值得关注的是，兰精选择与广东前进牛仔布有限公司以及天虹国际集团携手推进天丝™莱赛尔—HV100纤维的研发与推广，背后是“技术破局”与“生态协同”的双重战略考量。此外，天丝™莱赛尔—HV100纤维在梭织服装领域也展现出卓越的适用性。



兰精集团“绿动”2026intertextile春夏面料辅料展。

在全球纺织产业链深刻重构的背景下，中国市场在兰精全球战略版图中的核心地位愈发凸显。本届展会上，这一策略被具象化为内衣、家纺、外穿衣、牛仔、功能运动等全场景应用展区所呈现，生动诠释了兰精如何以多元纤维解决方案精准回应不同赛道的市场需求。

“中国现在是并将继续是兰精在全球的最大市场。当我想到创新时，中国创新方面也是世界第一。”Yann Lepage表示，“新产品、新应用在这里的反馈周期都非常短，这种市场活力要求我们时刻以客户为中心，不断做出改变。我的策略很明确。首先，我们需要离市场更近。第二，我们需要建立一个真正的数字化组织。第三，谈到创新，我们绝对需要让兰精在创新方面成为市场领导者。”

“兰精将会更加关注下游客户，确保兰精成为品牌商、零售商和面料商的紧密合作伙伴。同时始终聚焦于为纱线客户提供卓越一流的服务与全方位支持。”Yann Lepage说道。（边吉洁）TA

Dynatex 丹特丝调温涤纶重磅首发

3月11日，智能调温·舒适随行——Dynatex丹特丝调温涤纶首发启动仪式在国家会展中心（上海）举行。发布会依托2026 Yarn Expo春夏纱线展平台，正式推出创新型Dynatex丹特丝调温涤纶，以科技赋能纺织材料升级，为服装、家纺等领域带来舒适与功能兼备的全新解决方案。

据了解，Dynatex丹特丝调温涤纶以涤纶为基材，融合先进相变调温技术，可在适宜体感区间动态吸热储能、放热保温，实现冬暖夏凉、持久舒适的穿着体验。产品同时保留涤纶抗皱、速干、耐用、易打理等优势，有效改善传统涤纶闷热不透气的痛点，适配日常通勤、运动休闲、家居家纺等多元场景，兼具实用性与市场竞争力。

旭纶成纺织科技总经理黄金锁致辞表示，涤纶相变纤维的问世，源于对现代生活需求的洞察——在通勤途中、户外探索、运动间隙，人们常常经历快速的环境温差。传统衣物被动响应，而相变纤维能主动调节，让体温始终处于更稳定、更舒适的范围。未来产品将广泛应用于户外运动、职业工装、时尚服饰及高端家纺领域，重新定义穿着体验。

会议期间，旭纶成纺织科技副总经理黄昕详细解读了Dynatex丹特丝的技术内核、产品优势与应用前景，吸引了众多面料企业、服装品牌、采购商与行业媒体驻足交流。

会上，福建省纤维检验中心高级工程师郑少明介绍了基于相变材料制成的智能调温服装的定义、核心功能和应用目标，分享了相变纤维的测试标准、要求以及推动新的标准建立的构思。

作为专攻功能性针织面料的企业，常州裕源灵泰面料科技有限公司史

敏霞详细介绍了丹特丝涤纶空调纱系列多款面料的参数、检测数据及应用场景，其调温性能、凉感效果等均达标，适配运动、商务通勤等多类使用需求。

作为行业产学研合作的积极推动者，浙江理工大学教授王雪琴分享了相变纤维结合丝绸面料的开发应用。该技术不仅突破了真丝的使用局限，更以“调温—控湿—抑菌”三位一体的健康微环境管理系统，拓展了丝绸在四季服饰及家居等场景的应用。

活动现场，厦门旭纶成纺织科技有限公司分别与常州裕源灵泰面料科技有限公司、江苏传虹面料有限公司签订了战略合作协议。各方将紧密合作，打造共赢、可持续发展的战略合作伙伴关系，携手推动相变材料的产业化落地与应用拓展。

未来，旭纶成纺织科技将持续深耕功能纤维与智能材料研发，不断优化Dynatex丹特丝系列产品性能与应用方案，携手产业链合作伙伴，以科技织造舒适，以创新引领风尚，为全球消费者带来更健康、更舒适、更智能的纺织新生活。

发布会后，黄昕在接受记者采访时表示：“随着消费升级与健康生活理念普及，智能调温面料市场前景广阔，我们对这一赛道长期看好。当前，调温涤纶的研发难度较大，我们通过自主研发核心技术，成功攻克相变材料在涤纶上的应用难点，不仅实现技术落地，更赋予产品多重功能，有助于提升涤纶的市场竞争力。未来，我们将持续深耕技术迭代，推动调温涤纶从服装向家纺、产业用等领域延伸，以更丰富的场景化解决方案，为用户带来全天候的舒适体验。”（陈墨）TA

徐州携三大县域集群赋能高端纺织升级

3月11日,以“织就未来‘徐’写新篇”为主题的2026徐州(上海)高端纺织产业投资推介会在国家会展中心(上海)成功举办。据悉,此次推介会是徐州首次组织沛县、睢宁县、新沂市三大县域高端纺织产业集群集中亮相中国纺联联展平台,力求全面展现产业优势与投资前景,搭建政企协作高效平台。

中国纺织工业联合会副会长阎岩,徐州市委副书记、市长沈峻峰,徐州市副市长曹智出席推介会。各地纺织行业协会、高校院所代表,徐州市及各县区相关部门负责人,近百家全国知名纺织服装企业、行业精英齐聚一堂,共话纺织产业新质生产力培育。

推进徐州纺织产业强链补链延链

沈峻峰指出,徐州纺织兼具产业配套、要素供给、交通物流三大优势,当前徐州发展机遇叠加,将把高端纺织作为重点优势产业培育,聚力打造千亿级特色产业集群。立足“十五五”开局,徐州将持续推进纺织产业强链补链延链,优化营商环境,以优质服

务护航企业发展,让客商真正实现“投资徐州、顺心舒心”。

阎岩表示,2026年是纺织行业培育新质生产力的关键之年,徐州深耕高端纺织产业,形成沛县、睢宁、新沂各具特色的产业布局,走出了一条集群化、高端化、绿色化的转型之路,并为徐州产业发展提出以科创为核、以集群为基、以融合为翼的发展建议。

构筑徐州高端纺织产业坚实基础

县域推介环节,与会代表介绍到,沛县集聚百余家纺织企业,形成完整产业链,重点发展绿色纺织;睢宁是全球最大氨纶包芯纱生产基地之一,物流成本优势显著,正加快打造全国高水平纺织产业基地;新沂引育新风鸣等链主企业,确立化纤领域核心优势,主攻高端化纤新材料产业。三地均已规划建设专业化纺织园区,基础设施与产业配套日臻完善,共同构筑徐州高端纺织产业坚实基础。

在徐投资企业代表表示,徐州完善的纺

织产业生态、优质的营商服务、便捷的交通区位,为企业发展提供了强劲动力,未来将充分发挥链主企业作用,加大研发投入、深耕高端领域,同时以商招商,带动上下游优质企业落户,助力徐州纺织产业生态持续完善。

本次推介会现场集中展示了6个高端纺织产业优质合作项目,总投资额达76.3亿元,涵盖涡流纺纱线、高端面料、产业用纺织品、纺织新材料等多个细分领域,既是徐州高端纺织产业发展优势的直观体现,也彰显了全国纺织行业对徐州产业实力、营商环境的高度认可。

此次推介会不仅展现了徐州高端纺织产业的硬核实力与发展潜力,更为徐州与全国纺织行业搭建了交流合作、共赢发展的优质平台。下一步,徐州将持续深耕高端纺织产业,强化集群赋能、科技创新、服务保障,诚邀全国各地纺织服装企业莅临徐州考察洽谈、投资兴业,携手共筑高端纺织产业发展新高地,共谱徐州纺织产业高质量发展新篇章。(徐闻) [TA](#)

打通全产业链，九江布局炼化一体化

3月11日,“九江经开区炼化一体化产业专场推介会”在国家会展中心(上海)举行。发布会由江西省商务厅指导,九江经济技术开发区管理委员会、九江市工信局、九江市商务局联合主办,展示了九江经开区在炼化一体化产业链发展的区位优势、产业基础与未来愿景。

中国化学纤维工业协会副会长郑俊林在致辞中指出,炼化一体化作为化纤产业的上游核心环节,其发展质量、供应保障直接关系到下游产业的持续发展、稳定运行和整体竞争力的提升。九江经开区炼化一体化产业的布局与发展,有效弥补了中部地区高端石化原料供应短板,为化纤纺织行业的加快发展提供了坚实支撑。希望借此契机,九江经开区与产业链上下游进一步深化交流、务实合作,加快打造中部地区一流绿色智能石化炼化基地。

九江市政府副市长、经开区党工委书记陈水连致辞表示,目前九江经开区正围绕打造千亿级石化产业集群目标,以中国石化九江分公司为龙头,推动芳烃、PTA、聚酯长丝等一批百亿级项目加速落地建设,打通“原

油—芳烃—PTA—PET—聚酯纤维”全产业链,实现从“一滴油”到“一匹布”。化纤产业是炼化一体化延链补链强链的关键环节,也是九江经开区重点布局的核心赛道。九江经开区既有完整的产业配套又有便捷的交通物流,更有高效的政务服务和宜居宜业的生态环境。会上,九江经开区邀请化纤产业链企业家走进九江、投资九江。

会上还作了九江经开区炼化一体化产业推介。九江经开区已形成以石化、电子电器为龙头的“3+3”现代产业体系。九江经开区石化产业园拥有便捷的交通区位优势、完善的水电气热协同保障能力及良好的营商环境,已集聚12家配套企业。九江经开区石化产业园诚邀全球领先企业投资新建差别化长丝、高端瓶片、功能性短纤等各类聚酯材料项目,PCTG、BOPET、PBT等特种聚酯项目,以及包装材料、高端纺织、品牌服装等终端消费领域的优质企业入驻。

中国石化股份有限公司九江分公司副总工程师徐盛虎介绍了九江石化芳烃产业链的发展现状及展望。他指出,下一步九江石化将继续执行差异化发展战略,加快

300万吨/年PTA项目设计和建设,加快聚酯材料研发并根据市场适时启动项目建设,加快推动炼油+芳烃+PTA+PET+终端产品的芳烃全产业链发展。

华祥智纤(九江)科技有限公司总经理袁清介绍企业的基本情况。华祥智纤在九江经开区石化产业园规划建设120万吨聚纺一体化功能性纤维项目,其中一期40万吨预计2026年底投产。依托九江经开区石化产业园的原料优势,实现PX、PTA等上游原料“隔墙供应”,共享污水处理、应急消防等一体化设施,深度融入千亿级产业集群。

本次活动不仅展示了九江经开区在石化产业领域的综合优势,也为产业链上下游企业搭建了高效对接平台。九江经开区石化产业园管理办公室主任汪顺星表示,九江坐拥石油化工雄厚产业资源,亦是老牌纺织工业基地,打造PX—PTA—PET聚酯完整产业链,可实现从上游原料到下游纺织品的全链条贯通,大幅提升当地纺织产业的核心竞争力。下一步九江将依托聚酯产业链,强化链主带动、要素保障和政策扶持,加快上下游企业集聚。(陈墨) [TA](#)

纺织业“一带一路”建设的最新成果、发展趋势与未来建议

■ 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会 | 张涛 / 文

“一带一路”倡议提出十二年来,已成为推动全球产业合作、促进贸易畅通的重要平台。纺织业作为中国传统优势产业和民生支柱,在“一带一路”建设中扮演着关键角色。

2025年11月,以“全球纺织产业协同与创新未来”为主题的纺织业“一带一路”新加坡论坛成功举办,标志着中国纺织业“一带一路”大会首次走出国门,开启了跨国界、深层次的产业对话新阶段。本次论坛汇集了来自30多个国家的政府、行业组织和企业代表,围绕协同创新、供应链韧性、可持续发展等议题展开深入交流,为研究纺织业“一带一路”建设的最新进展提供了丰富素材。

纺织业“一带一路”建设的最新成果

从2013年首届中国纺织业“走出去”交流大会举办,到如今走出国门、链接全球,这一“窗口”也透露出中国纺织业在“一带一路”框架下的合作已从“单点对接”迈向“系统协同”,取得了相应的建设成果。

首先是贸易规模持续扩大,区域合作深化。2024年,中国与“一带一路”沿线国家纺织品服装双向贸易额达1372亿美元,较2013年增长28%,占行业进出口总额的比重从34%提升至40%以上。亚太地区作为全球纺织服装产业核心枢纽,2024年纺织品服装进出口总额达7549亿美元,其中区域内贸易占比高达61.6%,体现出紧密的供应链协作。

其次,对外投资稳步推进,全球布局优化。截至2024年,中国纺织行业对“一带一路”沿线国家累计直接投资存量达68.3亿美元,占全行业对外投资总额的近一半。投资领域从初期的棉纺织、针织服装逐步向印染、化纤、家纺、产业用纺织品等全产业链延伸,支持了东道国产业升级与就业增长。

第三,产能合作务实落地,企业实践丰富。以东隆集团为例,该企业自2011年起在缅甸、印尼等地建设生产基地,逐步形成多元化海外生产格局,并通过数字化管理与本地化运营提升供应链韧性。类似企业如大连隆生、江苏恒田等也在埃及、孟加拉国、越南等国布局,形成了“中国创新研发+海外协同制造”的跨国合作模式。

第四,机制化合作平台不断完善。论坛期间,中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与哈萨克斯坦轻工企业协会、吉尔吉斯斯坦缝纫协会签署合作备忘录;东华大学与东盟纺织工业联合会达成人才培养与科技创新合作共识,推动了产学研协同。这些机制为长期合作奠定了制度基础。

当前纺织业“一带一路”合作的主要趋势

全球纺织产业体系实现高效、创新、可持续发展,是集各国产业之力方能推进的美好愿景。当下,纺织合作呈现出以下几大趋势。

趋势一：区域供应链协同深化。目前,亚太地区纺织制造体系正从“单一中心”向“多极化”演变。越南、印度尼西亚、柬埔寨等国凭借要素成本与贸易政策优势,正成为新兴制造中心;中国则

持续向产业链上游攀升,强化高性能纤维、智能装备等中间品供应。

趋势二：创新驱动成为发展核心。人工智能、大数据、绿色技术正在重塑纺织业生态。论坛中,企业代表普遍强调通过数字化改造、柔性供应链建设响应市场变化,AI技术已在设计、生产、管理环节实现初步应用。

趋势三：绿色与可持续发展成为共识。各国纺织业积极推动循环经济、绿色认证与碳足迹核算。埃及、马来西亚等国已将可持续发展理念纳入产业政策,中国企业也在海外工厂推进绿色生产改造。

趋势四：文化融合与品牌赋能受到重视。纺织业不仅是经济产业,也是文化遗产的载体。马来西亚、巴基斯坦等国代表强调在产业升级中保护传统工艺,推动文化创意与产品创新结合。

纺织业“一带一路”未来发展建议

纺织业“一带一路”建设已从初期的贸易往来、产能合作,迈向系统协同、创新驱动、绿色引领的新阶段。面对全球产业链重构与可持续发展需求,各国应继续秉持共商共建共享原则,通过强化政策协调、深化技术合作、推动绿色转型、培育人才队伍,共同构建安全、韧性、包容的全球纺织产业生态。

一是强化系统协同,共建韧性供应链。建议各国进一步推动政策对接、基础设施互联互通与标准互认,构建“中国研发+全球制造+区域市场”的协同网络。应充分利用RCEP等自贸协定,降低贸易成本,提升供应链效率。

二是深化创新合作,推动技术共享。鼓励设立跨国纺织科技创新联盟,聚焦智能装备、绿色材料、循环技术等前沿领域。支持企业、高校与研究机构共建联合实验室,促进人才流动与技术转化。

三是加快绿色转型,统一标准体系。推动建立区域绿色纺织标准互认机制,协同开展碳足迹核算与ESG评价。鼓励企业采用清洁生产技术,加大对再生纤维、环保染整等项目的投资。

四是培育跨国人才,促进民心相通。加强纺织领域职业教育合作,支持在东道国开展技术培训与管理人才培养。通过文化交流、设计竞赛等形式,增强产业合作的文化包容性与社会认同感。

五是完善合作机制,拓展平台功能。建议将“纺织业‘一带一路’论坛”常态化、区域化举办,设立专项工作组推动项目对接。鼓励行业协会、金融机构与企业共建风险防范体系,降低海外投资运营风险。

总之,以本次论坛为契机,全球纺织业将进一步凝聚共识、深化合作,在科技创新、绿色转型、产业链协同中破解发展难题,共同书写“跨越山海、协同未来”的产业新篇章,为世界经济复苏与可持续发展注入纺织力量。中国纺织业愿与各国同仁携手,将“一带一路”打造成纺织产业协同创新、共赢发展的示范领域,为全球经济增长与民生改善贡献行业力量。[TA](#)

(注:本文所引用数据及案例均来自2025纺织业“一带一路”新加坡论坛)

春市营销环比推升 价格指数环比上涨

20260316 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20260316 期纺织品价格指数收报于 105.51 点，环比上涨 0.18%，较年初上涨 0.10%，同比上涨 1.75%。



中国轻纺城春市营销环比推升，其中：原料市场价量明显上涨，坯布市场价量环比下跌，面料市场布匹价量环比回缩，家纺类产品成交价量环比上涨，辅料类价量环比小升。

原料行情明显上涨，涤纶明显上涨，纯棉纱环比上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 91.34 点，环比上涨 4.63%，较年初上涨 4.77%，同比上涨 5.00%。

聚酯原料明显推升，涤纶价格明显上涨。本期涤纶原料价格指数收报于 88.52 点，环比上涨 15.88%。近期华东地区 PTA 现货主流 6145 元/吨，环比上涨 995 元/吨；MEG 主流 4643 元/吨，环比上涨 961 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 8050 元/吨，环比上涨 2130 元/吨；无光切片现金或三月承兑 7950 元/吨，环比上涨 2050 元/吨。萧绍地区涤纶长丝价格明显上涨，POY 报价 9300 元/吨，环比上涨 2150 元/吨；FDY 报价 9593 元/吨，环比上涨 2148 元/吨；DTY 报价 10762 元/吨，环比上涨 2562 元/吨。涤纶短纤价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 7745 元/吨，环比上涨 1164 元/吨。上游因美伊战争国际原油价格飙升，聚酯原料价格明显推升，下游聚酯工厂涤纶长丝价格明显上涨，萧绍地区涤纶短纤市场价格环比推升，常规品种和新款品种成交量环比推升。

纯棉纱类环比上涨，其他化纤类环比上涨。近期，纯棉纱收报于 114.96 点，环比上涨 4.38%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比推升，价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16480 元/吨，环比上涨 50 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报 23300 元/吨，环比上涨 1480 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元/吨，环比持平。纯棉纱期货价格稳涨互现，现货价格局部稳涨互现，织厂订单仍以薄型织物为主导，局部厚薄互动，小批量订单占主体，局部中小批量发货。其他化纤收报于 28.62 点，环比上涨 2.45%。氨纶丝、锦纶、腈纶报价均环比上升。

坯布行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 115.98 点，环比下跌 0.30%，较年初上涨 1.14%，同比上涨 9.86%。

近期，坯布市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势。其中：混纺纤维坯布收报于 117.65 点，环比下跌 2.65%，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下跌。天然纤维坯布收报于 183.21 点，环比下跌 1.35%，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下跌。

面料行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期面料类价格指数收报于 109.84 点，环比下跌 0.51%，较年初下跌 1.06%，同比下跌 0.22%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回缩，春季面料下单环比下降，夏季面料下单环比回缩，因对口客商入市认购相对不足，面料价格指数环比下跌。其中：毛及其混纺面料、时尚面料类成交量不等量下跌。

特色分类指数中：牛仔服面料指数收报于 98.71 点，环比下跌 2.68%；国潮面料指数收报于 134.98 点，环比下跌 0.26%；色织工艺面料指数收报于 124.60 点，环比下跌 1.82%；针织工艺面料指数收报于 113.60 点，环比下跌 0.36%；速干性面料指数收报于 122.52 点，环比下跌 0.62%；透气性面料指数收报于 110.62 点，环比下跌 4.75%；防水性面料指数收报于 111.91 点，环比下跌 0.65%。

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 100.67 点，环比上涨 0.85%，较年初上涨 0.77%，同比上涨 1.04%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，家纺市场行情环比推升，整体市场价格环比上涨。其中：工程窗纱类收报于 102.43 点，环比上涨 0.43%；提花窗帘类收报于 101.39 点，环比上涨 0.31%；素色窗帘类收报于 106.82 点，环比上涨 0.03%；化纤家纺类收报于 92.41 点，环比上涨 0.04%。

市场行情环比推升，辅料指数环比小涨

据监测，本期辅料类价格指数收报于 111.88 点，环比上涨 0.16%，较年初上涨 1.01%，同比上涨 0.91%。

本期辅料类价格指数环比小涨。其中：带类收报于 122.61 点，环比上涨 0.02%；花边收报于 175.59 点，环比上涨 0.18%；打孔圈收报于 100.42 点，环比上涨 0.24%；窗帘花边收报于 108.65 点，环比上涨 3.92%；窗帘轨道收报于 96.11 点，环比上涨 3.77%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小升走势。后市春季面料供给环比增加，现货成交和订单发货环比小增，夏季面料局部批量下单增加，终端订单将会出现增长。“金三”时节，大部分纺织人都充满信心，因部分贸易商和织造厂家新风格产品订单有所推升，春夏季面料现货成交和订单发货局部增加，织造企业开机率环比增加，印染企业产出环比增长，预计创新创意产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现震荡小升走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

中文网址：<http://www.kqindex.cn/> 英文网址：<http://en.kqindex.cn/>

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651

广州中大门，时尚中国南大门。





中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

东升路市场分公司
Dongsheng Road Market Branch

中国轻纺城 户外功能面料专营区

* 集聚高端品牌力量

专注防护功能研发*

* 融入创新科技新材

引领户外时尚潮流*

招商电话: (Tel.) 15257558819 | 15215990881 地址: (Add.) 中国轻纺城东升路市场B区三楼