

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

2026.4.27 | 第15期 | 总第1263期



P8
改革之城，
开启科技与时尚融合新篇章



P12
“国际纺都”
如何以经纬链全球？



P10

驭风而行，潮变新生

2026石狮时尚产业发展大会擘画破局跃升新路径

2026
KEQIAO
FASHION
WEEK
柯桥时尚周

PHOTO

光合

2026 SPRING
KEQIAO FASHION WEEK
2026柯桥时尚周 (春季)

05.06 - 05.12
东方米兰国际时尚发布中心

THESE



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。

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



官方网站



拥有者



中国国际贸易
促进委员会纺
织行业分会



中国纺织
机械协会



中国国际展览
中心集团有限
公司



欧洲纺织
机械制造
商委员会



北京泰格斯特
国际展览展示
有限公司

协办单位



ITMA SERVICES

合作协会



日本纤维
机械协会

AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

社长 徐峰
总编辑 刘萍
副社长 刘嘉
社长助理 张尚南
副总编辑 袁春妹 万晗

总编助理 郭春花

采编中心

主编 徐长杰
墨影
副主任 董笑妍
云娟娟
特邀主笔 郝杰
主任助理 李亚静
编辑/记者 陶红
夏小云
裴鑫榕
许依莉
美编 郭森
余辉

市场推广中心

总监 吕杨
副总监 罗欣桐
主任 雷蕾
王振宇

浙江运营中心

总监 赵国玲
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 牛学轅

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*

工信部部署今年质量工作，明确要求培育纺织服装卓越品牌
《工业产品绿色设计指南(2026年版)》发布
2026石狮国际时装周点亮闽派服饰新高光
多赛道绿色创新成果集中亮相第25届染料展

08 关注 *Attention*

改革之城，开启科技与时尚融合新篇章
打造纺织科技工作者“家园”

10 特别报道 *Special*

驭风而行，潮变新生

12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

“国际纺都”如何以经纬链全球？
寻商机、拓市场，展商全力备战
1099.27亿元！中国轻纺城喜迎首季“开门红”

16 化纤 *Industry*

运行总体平稳，结构分化凸显

18 流通 *Industry*

向新向优，全面升级

20 印染 *Industry*

当“无氟无酚”成为必答题，印染产业如何协同创新？

21 产业用 *Industry*

抢占纳米纤维科技竞争制高点

22 分析 *Analysis*

“十四五”突破50万亿大关，我国消费发展迈上新台阶

24 品牌 *Brand*

波司登：光影交织下的时尚叙事

26 指数 *Index*

春市营销震荡回缩 价格指数环比下跌

敬告读者

因五一劳动节放假，我刊将于5月4日
休刊1期，5月11日正常出刊。



万晗

《纺织服装周刊》副总编辑

SAFETY AND SUSTAINABILITY 安全与可持续： Lululemon 警示下的企业必修课

近日，美国得克萨斯州对运动品牌 Lululemon 涉嫌使用“永久性化学物质”PFAS 的调查，在全球消费市场投下了一颗“重磅炸弹”。事件的核心，远非一次普通的产品质量争议，而是一场针对品牌核心价值——“健康与可持续承诺”的严厉拷问。

当售价不菲、承载着生活方式想象的瑜伽裤，与具有潜在健康风险的“永久化学物”产生关联，其所引发的信任危机，瞬间刺穿了高端品牌精心构建的叙事光环。这场发生在大洋彼岸的风波，其涟漪正深刻叩击着我们的服装产业，它既是一面映照风险的镜子，更一声催促行业系统性升级的呼唤。

它提醒我们：任何宏伟的品牌叙事，若没有坚实的产品安全与公司治理作为基石，都将是空中楼阁；任何在环保与健康承诺上的含糊或背离，都可能成为价值毁灭的导火索。

当然，我们看到的并非只是被动警示，更有中国纺织服装企业主动破局的积极实践，安全、绿色、可持续正是这场蜕变的核心驱动力。

以头部运动品牌为例，安踏集团并未停留在对供应链提出环保要求，而是联合东华大学，于2025年正式发布了中国自研高性能无氟防水透湿材料——无氟安踏膜(Aerovent Zero)，攻克了业内公认的“无氟高性能”世界级难题。

李宁公司则作为国际“有害化学物质零排放基金会(ZDHC)”的创始品牌之一，发布了《化学品管理框架》，系统性管控供应链化学品使用与排放。2024年，其完成对140家成品及半成品供应商的社会责任审核。

波司登在可持续发展领域的系统化建设则获得了国际资本市场的最高认可。2025年其获得明晟(MSCI) ESG评级AAA级认定，成为全球“纺织品、服装及奢侈品”行业中首个且唯一获此最高评级的亚洲品牌。

针对 Lululemon 的调查终会落幕，但它所揭示的“信任经济学”法则将长存：在信息高度透明的时代，产品的化学安全与企业的环境诚信，已成为品牌价值不可分割的一部分。

对于正在全球市场奋力拓展的中国纺织服装企业而言，这场风波恰是一次及时的“压力测试”。它迫使整个行业审视，我们构建的时尚帝国，是否建立在安全与可持续的地基之上。答案是清晰的。唯有将绿色创新融入血脉，将透明管控贯穿全链，将负责任的态度转化为每一步扎实的行动，中国纺织服装业才能不仅规避风险，更在全球市场赢得持久的尊重，真正完成从“世界工厂”到“负责任创新者”的华丽转身。

这条破局之路，道阻且长，但行则将至。



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

View point / 产经看点

初步核算，一季度，我国国内生产总值(GDP)为334193亿元，按不变价格计算，同比增长5.0%，增速较上季度回升0.5个百分点，经济运行实现良好开局。

——国家统计局

近年来，我国服务业成为吸纳就业主渠道，带货主播、外卖小哥、网约车司机等新就业形态吸纳了大量就业。2025年末全国就业人员72504万人，其中服务业就业人员占比在50%左右。

——新华网

中央企业今年一季度经济运行平稳有序，经营质效持续改善，完成固定资产投资1.05万亿元、同比增长23.5%，实现增加值2.7万亿元、同比增长约3%。

——国务院国资委

国务院日前印发《关于推进服务业扩能提质的意见》。《意见》明确，到2030年，服务业总规模迈上100万亿元台阶，培育更多“中国服务”品牌，服务业全球竞争力、影响力明显增强，人民群众获得感持续提升。

——中国政府网

Focus/ 聚焦

工信部部署今年质量工作，明确要求培育纺织服装卓越品牌

■ 本刊记者_郝杰

日前，工业和信息化部印发《关于做好2026年工业和信息化质量工作的通知》，部署做好2026年工业和信息化质量工作，明确将完成实施企业质量提升行动、实施质量技术攀升行动、实施产品和服务质量跃升行动、夯实质量技术基础、优化质量发展生态、实施“中国制造”品牌建设行动等6项重点任务。

工信部表示，此举的目的是深入实施制造业卓越质量工程，体系化推进企业、产品、服务质量工作，加强质量技术创新，夯实质量技术基础，优化质量发展生态，促进一批企业质量管理能力升级，形成一批质量沿链传导行业样板，推动一批质量技术创新应用，培育一批质量公共服务载体，打造一批“中国制造”卓著品牌，为建设制造强国、质量强国、网络强国提供有力支撑。

其中，实施“中国制造”品牌建设行动提出，培育产业和区域品牌新优势。推动国家先进制造业集群提质升级，实施国家高新区新赛道培育行动，建设培育产业集群区域品牌。鼓励经典名企加快开发培育高附加值经典名品精品，加快推进中国消费名品方阵建设，培育纺织服装卓越品牌、地方特色食品产业，打造国际一流消费品品牌。

为此，《通知》要求将质量指标纳入品牌标准，健全制造业品牌标准体系，引导企业建立健全品牌培育管理体系，推动品牌建设与质量提升融合发展。支持行业协会、专业机构提供品牌创建评估、出海对接等服务，提高企业品牌建设能力和国际化运营能力。

此外，《通知》还提出，支持地方、行业协会、专业机构开展品牌建设沙龙、品牌故事展播、品牌场景展演等系列活动，加大品牌建设典型

经验推广力度，宣传卓越质量观念，树立优质到优品的理念，营造品牌建设良好氛围，持续提升“中国制造”品牌知名度、美誉度和影响力。

在优化质量发展生态方面，《通知》表示，支持行业协会、专业机构组织质量诊断、质量创新、用户体验、专业咨询等质量提升活动，常态化开展经验交流、成果展示、现场观摩以及先进质量标准贯标培训，挖掘一批具有带动效应的质量提升典型经验做法，弘扬卓越质量管理文化。

《通知》强调，支持地方、行业协会、专业机构组织开展质量培训，鼓励部属高校、科研院所推进质量相关学科和课程建设，深化产教融合，培养高素质质量人才。支持建设可靠性实训基地，加强可靠性职业教育和技能培训，加快培养高层次可靠性人才。健全质量人才评价体系和激励机制，优化质量人才服务保障措施，壮大质量人才队伍。推动重点行业开展重点产品质量分级标准研制，健全质量分级发布机制和采信机制。加快建设高水平智能工厂，加强质量精准追溯、质量分析与改进等场景建设。强化重大技术装备攻关和系统集成创新。推动装备领域重点产品标准布局研究、制修订及应用，提升装备产品质量水平。

《通知》要求开展企业质量管理能力评价。引导和支持产品涉及人民群众切身利益特别是生命健康安全、与国家战略紧密相关并对区域和产业发展有较强引领作用、对产业链供应链质量联动提升带动性较强和具有较高市场占有率、较强发展潜力、较大质量提升空间的重点企业以及专精特新中小企业，开展质量管理能力评价，引导企业按照“经验级、检验级、保证级、预防级、卓越级”梯次路径，渐进式提升质量管理能力。

2026 年度申报全面展开，工信部启动纺织产业集聚区建设

工业和信息化部办公厅近日印发《关于开展2026年度纺织产业集聚区建设工作的通知》，正式启动2026年度纺织产业集聚区建设与申报工作，旨在加快发展新质生产力，推动纺织产业集聚区差异化、特色化、品牌化发展。

通知明确，本次建设工作分为特色产业集聚区和创意设计领航集聚区两类。通过充分发挥地区传统文化、生产要素、特色产业、边境贸易等比较优势，引导中西部和东北地区因地制宜建设纺织工业特色产业集聚区，高质量承接和发展纺织服装产业，进一步提升国内纺织产业链供应链的安全稳定。以消费升级为导向，加大力度培育一批具备创意设计发展潜力的产业集聚区，促进集聚区与生产性服务融合发展，增强区域经济互补性，提升产业整体竞争力与可持续发展能力。

在支持举措上，工信部将联合行业协会、科研机构提供四项重点支持：支持参与行业交流、国内外展会与供需对接；开展数智化、绿色化转型专题培训；推进“一县一策”研究与区域品牌推广；加强品牌与人才建设，提升创意设计能力与产品附加值。（综编）

Scene/ 现场

2026 石狮国际时装周点亮闽派服饰新高光

■ 本刊记者_王振宇

4月18—20日，2026石狮国际时装周璀璨举行，以产业为基、以设计为翼、以文化为魂，点亮闽派服饰新高光。

本届时装周由中国纺织工业联合会指导，中国服装设计师协会、石狮市人民政府联合主办，政企学界、全球买手、电商大咖、媒体嘉宾齐聚，共赴一场“产业+时尚+商贸”的巅峰盛会。

本届石狮国际时装周与2026石狮时尚产业发展大会于同日开幕，形成“日间论道、夜间走秀”的深度联动格局。以“驭风而行：男装与休闲装的潮变破局”为主题的产业大会上，行业专家及企业家围绕新质生产力培育、数字化转型推进、品牌价值跃升等议题达成多项共识。

而大会当晚启幕的时装周，正是这些共识的直观载体，产业战略从会议室延伸至T台，转型成果从报告文本转化为实体作品。从一根纱到一件衣，从一座城到全球市场，全链条硬核实力，尽显石狮底气。

抖音电商×石狮产业带强强联手，秀场即卖场，看秀同步下单，弹幕刷屏、订单狂飙。石狮拥有完整的产业带优势，从设计打样到上架发货，最快只需72小时。这份实力底气，让时装周成为消费者能够参与、能够拥有的狂欢。

“抖in石狮·时尚风尚计划”正式推出，达人种草、直播带货、话题引爆，让石狮男装从供应链走向全民爆款。这也正是本届时装周的核心逻辑：用产业效率支撑设计价值，用数字渠道放大品牌声量。

在石狮国际时装周的开幕之夜，“Perspectives Croisées：中法时尚，交汇视角”徐徐展开，中国设计师品牌Maison Mai与法国设计师品牌HAWA Paris同台绽放，东方气韵×国际美学碰撞先锋灵感，呈现出截

News/ 动态

多赛道绿色创新成果集中亮相第25届染料展

在印染行业加速推进绿色转型、布局“十五五”低碳发展新赛道的关键节点，4月15—17日，第25届中国国际染料工业及有机颜料、纺织化学品展览会在上海世博展览馆举行，以“绿色发展 共创新篇”为主题，旨在为行业搭建数字化与智能化深度融合的交流平台，助力企业开创“十五五”低碳发展与绿色供应链的新赛道。

本届展会在众多企业的大力支持下规模再创新高，世博展馆三馆同台亮相，总展出面积突破6万平方米，吸引了来自德国、荷兰、瑞士、意大利、英国、美国、西班牙、法国、泰国、日本、韩国、巴基斯坦、印度、中国大陆、中国香港及中国台湾等16个国家和地区的650余家企业报名参展。展品涵盖各类先进的环保型染料、墨水、有机颜料、助剂、中间体、仪器环保设备、配套服务等。

本次众多参展企业都带来了响应印染行业绿色转型需求的核心技术与拳头产品，集中展现了当前低碳创新成果。墨库集团聚焦工厂核心诉求，围绕节能环保、稳定供应、提质增效三大方向推出一站式纺织品数码印花整体解决方案。旗下活性染料墨水解决浮色、色差、牢度痛点，卷对卷涂染料墨水免前处理降本提效，高温分散直喷墨水大幅降低能耗，更覆盖全品类纺织印花墨水及应用方案，可提供全景一站式采购服务，全面适配各类印染生产需求。

深耕染料行业多年的安诺其集团，此次携全矩阵核心染料及重磅新品亮相。品牌以“绿色环保、高效节能、高牢度、高适配”为研发核心，展品覆盖分散、活性、酸性等多品类染料，适配主流纤维印染需求，可满足从常规到高端、从环保到功能的多元场景。同时配套专业技术团队、



2026 石狮国际时装周打造“产业+时尚+商贸”的巅峰盛会。

然不同却彼此呼应的创作路径，构成了本次盛事中最具张力的对话之一。这种“本土与国际”的并置，亮出石狮作为全球供应链枢纽的硬核底气，彰显千年海丝名城的深厚文脉，更可视作一次精心策划的产业宣言：让世界走进来，让故乡走出去。

T台上，以石狮非遗元素为灵感的设计掀起一次次高潮。国家级非遗泉州劔狮的图腾被转化为提花面料上的暗纹，省级非遗蚶江海上泼水节的水波纹样化作流动的印花，六胜塔的轮廓被解构成肩线与腰封的立体结构……这些设计并非元素的生硬堆砌，而是与功能性面料、运动剪裁深度融合，让传统技艺焕发发现代锋芒。

以2026石狮时尚产业发展大会为新坐标，这届时装周不再只是霓裳丽影，而是一次产业与时尚的战略合流，一系列秀演展现出中国原创时尚的实力，让世界看到中国设计、石狮创造的魅力。

《工业产品绿色设计指南（2026年版）》发布

为贯彻落实国务院办公厅《制造业绿色低碳发展行动方案（2025—2027年）》等要求，全面推行工业产品绿色设计，提高绿色产品供给能力，促进绿色消费，增强绿色发展动能，工业和信息化部联合国家发展改革委、教育部、生态环境部、市场监管总局发布《工业产品绿色设计指南（2026年版）》。

据介绍，2025年以来，工信部选取汽车、工程机械、光伏、家用电器、包装、纺织等重点行业，深入了解工业产品绿色设计推行的难点堵点。组织赛迪研究院、行业协会及有关专家，系统梳理总结绿色设计重点方向、典型应用，并按照要求完成政策文件相关审查评估。最终发布的《指南》是充分汇集各方意见并达成共识的结果。

《指南》按照产品全生命周期理论，提出绿色设计的内涵和要求。在实践中，聚焦11个绿色设计重点方向，结合重点行业需求，开发推广绿色设计解决方案，拓展典型应用场景，构建完善工业产品绿色设计体系架构，提升绿色产品供给能力。

《指南》将11个绿色设计重点方向与行业实际应用紧密结合，以15个重点行业为典型示例，细化形成126个解决方案，指导产品研发人员践行绿色设计理念和办法。在应用实践部分，《指南》要求开发绿色设计解决方案。围绕包括纺织在内的15个行业，针对绿色设计重点方向，开发技术先进、经济可行、供需适配的绿色设计解决方案，形成一批可复制可推广的绿色设计解决方案典型示例。

下一步，工业和信息化部将会同相关部门，推动各地区、重点行业参照《指南》绿色设计的重点方向，开发技术先进、经济可行、供需适配的绿色设计解决方案。选择绿色设计亮点突出、市场认可度高、行业影响力大的产品，评估产品绿色设计价值，形成一批具有行业共识的绿色设计标志性产品。（郝杰）

改革之城，开启科技与时尚融合新篇章

首届（深圳）纺织服装科技创新大会举办

4月11日，首届（深圳）纺织服装科技创新大会在深圳市南山区成功召开。大会以科技创新为引领，会聚政府、行业协会、知名企业、金融机构及学术界代表，围绕行业科技创新、文化创新、金融创新、品牌升级等议题展开深入探讨，为中国纺织服装产业的高质量发展与全球竞争力提升凝聚共识与智慧。

中国纺联党委书记、会长孙瑞哲，中国纺联副会长阎岩，深圳市工商业联合会主席张春华，中纺企协常务副会长杨金纯，深圳市纺织行业协会会长金文荣，深圳市服装行业协会会长潘明等来自国家和地方行业协会、工商联组织、领军企业、金融机构的领导和嘉宾近400人出席了会议。本次会议由中国纺织工业联合会指导，中国纺织工业企业管理协会与深圳市纺织行业协会共同主办。

立足“第一方阵”，把握时代使命

本次大会主题为“智汇深圳·纺创未来”。深圳作为中国改革开放的前沿阵地与科技创新高地，以其独特的信息技术、人工智能、智能制造等产业优势，为纺织服装行业注入了发展新动能，也吸引了各界的广泛关注。

孙瑞哲在题为《经纬交织，锦绣鹏城》的主旨演讲中，围绕全国纺织服装行业的新发展阶段、新发展坐标、新价值优势和深圳纺织服装行业的发展新路径展开深入剖析。

“十四五”以来，中国纺织实现从“跟跑”到“并跑”“领跑”、从“制造”到“智造”“创造”的跃迁，整体迈进世界第一方阵。党的二十届四中全会已将纺织行业列为“优化提升”的重点产业，赋予巩固提升全球产业分工地位和竞争力的重大使命。2026年1—2月，行业规上企业工业增加值同比增长5.4%，纺织品服装出口额同比增长17.6%，纺织业固定资产投资完成额同比增长18.8%，呈现了顶压前行、韧性发展、稳中有进、奋力登高的时代风貌。面向“十五五”，中国纺织行业正在加快确立新的时代方位——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。

深圳纺织服装产业在设计、品牌、产品等方面优势突出，致力于打造具有国际竞争力的现代时尚产业集群和全球时尚风向标。围绕高质量发展深圳纺织服装产业，孙瑞哲在讲话中明确了方向和路径。

锚定发展方向，构筑未来优势

会上，行业协会和工商联领导，产业界、科技界、金融界嘉宾和专家学者以科技创新为核心各抒己见，协力搭建“纺织+科技+金融”跨界融合平台，为中国纺织服装产业高质量发展把脉定向、凝聚合力。

金文荣表示，本次大会致力于打造成高规格的跨界破圈平台、科技创新的链接平台以及资本赋能的交流平台，遵循科技与时尚双主线，推动深圳新设计、新材料与纺织服装产业的全面融合。

张春华指出，纺织行业前进的未来答案就在于创新。作为生产性服务业与制造业深度融合的典范，深圳正以科技创新为主线，为传统产业焕发新生命力赋能。

阎岩在致辞中提出，当前，全球科技创新进入空前密集活跃期，新一轮科技革命与产业变革加速演进、深度交织，科技创新与产业创新边界持续打破，跨领域、跨行业融合迭代势头迅猛。立足这一时代机遇，首届（深圳）纺织服装科技创新大会的举办，既是纺织服装行业落实国家创新驱动发展战略的具体行动，更是我们主动顺应大势、破解转型难题、推动产业升级的责任担当。

深圳作为享誉全球的创新之城、设计之都，在人工智能、智能制造、数字技术等前沿领域优势突出，产业生态优越，科技企业集聚。同时，深圳坚持科技赋能时尚、绿色引领发展，推动数字技术贯穿研发设计、



会议期间，与会代表各抒己见，为行业发展把脉定向。

生产制造、品牌运营全链条，已成为全国纺织服装产业科技与时尚融合、创新与实业共进的标杆城市。

谋划突围之路，夯实崛起之基

在专题发言环节，多位重量级嘉宾带来前沿思考。腾讯首席科学家张正友以“具身智能：人工智能的下一个浪潮”为题，展望了AI与物理世界深度融合的前景，指出纺织服装行业在智能设计、柔性制造、人机协同等领域具备广阔应用空间。

知名经济学家、深圳市大湾区金融研究院院长向松祚围绕“大时代的投资机遇在哪里”展开分享。他指出，当前正处在经济转型与科技革命交汇的“大时代”，建议企业以“硬科技”思维重新审视产业升级路径，善用资本市场与金融工具对冲周期波动，在经济转型中实现可持续发展。

波司登股份有限公司董事长高晓东以“向新而行 以质攀高 从中国第一迈向‘全球领先’”为题，分享了公司推动科技创新和产业创新深度融合的积极实践。近年来，公司持续加大研发投入，建成国家级工业设计中心、国家级博士后科研工作站、CNAS认证实验室和IDFB认可实验室，拥有专利1800多项，参与60多项各类标准的制修订工作。在此基础上，聚焦时尚创新与功能创新两个维度，推出了第六代极寒系列等创新品类，获得日内瓦发明展金奖，入选中国制造“十四五”成就展。

汉德基金主席、德意志银行投行亚太区前执行主席蔡洪平在题为“当前中国企业出海新模式的思考”的专题演讲中表示，当前中国企业出海面临的外部环境已发生根本性变化，世界制造业格局正在重塑。他建议纺织企业关注三大方向：一是通过并购获取海外高端品牌与设计资源，提升品牌溢价；二是在东南亚、中东等目标市场建立智能化生产基地，规避贸易壁垒；三是将中国在智能制造、柔性供应链方面的优势与海外市场需求精准对接，打造“全球品牌、中国智造”的新范式。

高端对话环节，深创投董事总经理王红卫、沃赋创投董事长耿凯、峰和资本董事长鲁承诚、星源材质董事长陈秀峰、“金顶奖”设计师计文波，以及欧洲科学、艺术与人文学院教授陈云同台论道。来自科技界、金融界、产业界的嘉宾们跨界交锋，从不同维度解码新质生产力。

本次大会不仅为行业搭建了高端交流合作平台，也展示了深圳在推动纺织服装科技与时尚融合方面的积极作为。面对全球产业格局深刻调整，中国纺织服装行业唯有坚持科技自立、文化自信、品牌自强，方能在新一轮发展大潮中抢占先机、赢得主动。TA

（中纺企协 / 供稿）

打造纺织科技工作者“家园”

中国纺织工程学会“十五五”启新程

■ 苏密 / 文

“十五五”开局之年，也是中国纺织工程学会在新起点上实现新跨越的关键之年。4月11日，中国纺织工程学会第二十七届理事会第四次常务理事扩大会议在上海举行。

面对新质生产力加速形成、纺织产业转型升级的时代机遇，以及全面合规与自查整改的工作要求，学会将立足组织、人才、平台与国际资源优势，在严守合规底线、全面整顿提升的基础上，聚焦主责主业谋划推进重点工作。

筑牢根基，推动纺织科技进步

中国纺织工程学会党委副书记、理事长伏广伟致辞表示，2025年，学会紧扣服务纺织科技工作者、推动行业高质量发展核心任务，在党建引领、学术交流、智库建设、标准国际化等方面取得扎实成效。并通过举办高水平学术活动、完成国家级战略研究课题、国际标准合作与互认等方式实现突破，组织凝聚力、行业引领力与国际影响力持续提升，为学会事业发展筑牢根基。

伏广伟强调，2026年学会将重点开展分层分级学术交流、构建全周期人才服务体系、打通科技成果转化通道、强化平台服务效能、营造风清气正科技软环境，持续提升学术引领、人才服务、产业支撑与国际合作能力，团结带领广大纺织科技工作者，为推动纺织科技进步、行业高质量发展与纺织强国建设贡献更大力量。

会上举行了2026年百名科学家讲党课活动。中国纺织工业联合会副会长李陵申以“牢固树立和践行正确政绩观，以实干担当奋勇推进纺织现代化产业体系建设”为题向与会代表讲授了一堂生动的党课。他从“筑牢思想根基——深刻把握正确政绩观的内在要求”“全面从严治党——践行党的根本宗旨夯实党的执政根基”“聚焦核心使命——以创新驱动纺织现代化产业体系建设”三个方面进行讲授。

北京中天恒会计师事务所副总经理严宏为与会代表作主题为“社会组织内控建设与健康发展问题共答”的报告。讲课内容涉及学会内部治理、分支机构管理等方面的内容。

党建引领，推动行业创新发展

中国纺织工程学会副理事长兼秘书长高惠芳从坚持党的全面领导、夯实内部治理和组织建设、构建多层次会员服务体系、搭建高水平学术交流平台、加强创新平台建设、巩固一流科技期刊建设、“集思汇智”发挥智库功能、深化科技人才激励机制、开展高水平继续教育与培训、加大高质量团体标准供给、打造特色科普品牌、深化国际科技交流合作等方面对学会2025年工作进行了总结。

高惠芳表示，在2026年工作计划方面，学会将坚持以党建为引领，

展望未来，中国纺织工程学会

一要聚焦高水平科技自立自强，强化科技引领与创新创造，
二要坚持党建引领，打造有温度的人才之家，
三要深化产教融合、产学研协同，打通创新链与产业链关键环节。



会议现场。

强化正确政绩观教育，将学会内部治理与党建工作深度融合，全面提升学会党建质量，服务中国特色一流学会建设；聚焦主责主业，高质量办好各项学术交流活动，做到依规有序开展；坚守科技社团初心使命，团结引领纺织行业科技工作者，服务行业创新发展，持续提升学会治理能力和服务效能。

会议审议通过了中国纺织工程学会2025年度工作总结及2026年度工作计划，以及一系列报告、议案。在交流讨论环节，与会代表围绕抵制学术不端、营造风清气正科研环境、人才培养、纺织学科发展、产业技术升级等话题进行了交流。

凝聚力量，持续壮大会影响力

中国工程院院士俞建勇在发言中为学会提出了三点建议：一是坚守初心，强化学会“四个服务”核心职能。学会要服务于纺织科技工作者、服务创新驱动的发展、服务提升全民的科学素质、服务党和国家的科学决策。他强调，这是学会不断壮大的内在动力与前进根本源泉，需通过凝聚行业力量，切实推动纺织科技进步与科技工作者全面发展，持续壮大会行业影响力。二是深耕主业，立足纺织学科核心内涵。学会要聚焦纤维材料、制备制造及应用等核心领域，紧跟时代创新但同时需要坚守纺织本源，不偏离行业根基；要秉持“只有民族的才是世界的”理念，坚守本土根基，同时以开放姿态适应时代变化，实现传统与现代的有机融合。三是涵养生态，筑牢纺织行业发展根基。学会要带领纺织科技工作者一起大力弘扬科学家精神，一同打造风清气正的纺织科技工作者学术家园。

李陵申最后总结表示，在国家推动社会组织提质增效的背景下，学会工作的重要性愈发凸显。中国纺织工程学会历史悠久，在服务国家重大战略、履行使命任务中贡献突出；面对行业高质量发展与转型升级，学会要主动作为、创新举措，自身建设成效显著，对于发展中存在的问题与短板，要坚持及时改进、持续提升。

李陵申对学会下一阶段工作提出三点建议，一是聚焦科技自立自强，强化科技引领与创新创造，攻坚前沿技术，彰显行业科技工作者价值担当；二是坚持党建引领，打造有温度的人才之家，推进服务精准化，健全全链条人才培养举荐机制，加强人文关怀，营造团结奋进的良好生态；三是深化产教融合、产学研协同，打通创新链与产业链关键环节，完善成果转化与跨领域融合机制，为纺织产业转型升级、培育新质生产力注入强劲动力。祝愿全体纺织科技工作者在推动纺织行业高质量发展的新征程上再创佳绩、再谱新篇。TA



本次大会是一场面向未来、凝聚共识、激活全产业链的创新宣言。

驭风而行，潮变新生

2026 石狮时尚产业发展大会擘画破局跃升新路径

■ 陈墨 / 文

春风浩荡，潮涌东南。4月18日，福建石狮，以“驭风而行：男装与休闲装的潮变破局”为主题的2026石狮时尚产业发展大会盛大启幕。大会由中国纺织工业联合会指导，中国服装设计师协会、石狮市人民政府主办。本场大会不仅是一次思想碰撞的峰会，更是一场面向未来、凝聚共识、激活全产业链的创新宣言。来自政产学研媒全链条的数百位行业领袖、权威专家、品牌掌舵人及渠道精英齐聚休闲服装重镇，直面消费升级、场景重构、渠道变革带来的机遇与阵痛，共寻男装与运动休闲服装产业从“规模红利”向“价值跃升”的转型答案。



● 破局时刻：立足石狮，回应时代之问

当前，中国男装与休闲装行业正经历结构性转型的关键周期。消费需求向功能性、场景化、数字化加速演进，而产品同质化、创新动能不足、供应链协同不畅、终端客流流失等痛点依然突出。如何破局？如何实现“价值跃升”？

大会选址石狮，本身就蕴含深意。历经四十余年深耕，这座休闲服装重镇已构建起从纺纱织布、漂染整理到成衣加工、品牌运营、物流配送的完整时尚产业生态，不仅是全国纺织服装产业集群的核心标杆，更是全球男装供应链的重要枢纽。立足石狮，就是立足产业最前线。

中国纺织工业联合会副会长阎岩在致辞中从行业全局视角剖析了机遇与挑战。她指出，2025年以来我国服装行业发展总体平稳，但市场结构分化显著，运动休闲、户外功能、国潮原创等品类增速领跑。中国的男装与休闲装正在从规模扩张转向价值提升，从产品供给转向需求引领。阎岩对石狮寄予厚望，认为石狮在数字化改造、面料功能创新和产业链协同升级上走在前列，为全国提供了宝贵实践。

中国服装设计师协会专职副主席杨健在致辞中表示，当前消费需求已从必需型向体验型转变，头部品牌加速数字化、功能化转型，中国服装设计师协会将持续在桥梁纽带、行业引领、资源整合、生态培育等方面发挥引领作用，与石狮产业集群深度携手，与广大男装、休闲装企业、设计师紧密合作，为石狮男装与休闲装产业持续创新、长效发展注入创意动能与文化底气，共同推动中国男装与休闲装产业高质量发展。

石狮市政府副市长张子牙在致辞中回顾了石狮从“一根线”织就千亿产业蓝图的四十年历程。他表示，石狮正深入推进智改数转，支持企业拥抱AI设计、柔性生产、数字孪生等前沿技术，推动从制造大市向制造强市、从产品输出向品牌引领的跨越。从闽派服装的策源地到全国男装供应链中心，石狮已构建起时尚服装产业的全链条生态，成为全球休闲男装领域不可或缺的重要力量。

他们从国家战略、行业趋势与区域实践三个维度阐释了高质量发展的核心内涵，并一致指出：男装与休闲装的“潮变”，不是小修小补，而是从产品逻辑向用户逻辑、从制造思维向生态思维的系统跃迁。



● 重磅合作：两翼齐飞，夯实产业新基建

在与会嘉宾的共同见证下，大会先后举行了两项具有战略意义的启动仪式。

一是中国服装设计师协会福建代表处项目筹建启动仪式。泉州市政协主席肖汉辉，中国纺织工业联合会副会长阎岩，中国纺联专家咨询委员会委员曹学军，石狮市委书记蔡永生，中国服装设计师协会专职副主席杨健，石狮市人大常委会主任李斌，石狮市政协主席黄延艺，石狮市政府副市长许自霖，泉州纺织服装职业学院执行董事郭雍广共同启动。

这一机构将进一步完善区域产业服务体系，为福建乃至东南沿海的时尚设计力量提供从人才孵化、趋势研究到商业转化的全链路支撑，夯实产业高质量发展的“设计底座”。

二是“抖in石狮·时尚风尚计划”启动仪式。商务部驻福州特派员办事处二级巡视员蔡雯，福建省商务厅二级巡视员王明永，中国服装设计师协会专职副主席谢方明，泉州市商务局局长张小红，石狮市委常委、统战部部长邱永丰，抖音电商综合业务男装行业华南区负责人李雅雯，石狮市网商协会秘书长沈艺霖共同启动。

石狮市政府联合抖音电商平台，以数字技术赋能传统产业带，推动本地品牌与商家抢占兴趣电商新赛道。这一计划将激活石狮时尚产业的线上生命力，让“石狮制造”加速走向“石狮品牌”“石狮风尚”。

● 思想盛宴：新质生产力，如何落地服装业？

大会主旨报告与主题演讲环节，直击产业升级的核心动能。

中国科学院大学管理学博士、工信部“名师优课”讲师陈小军率先带来题为“认清行业本质 强化中观管理——以新质生产力赋能服装企业提质增效”的主旨报告。他从拉夏贝尔、美特斯邦威、SHEIN等服装企业的典型案例切入，提出“中观管理”是连接宏观政策与微观企业的重要抓手，系统解读了数据要素、智能协同如何转化为服装企业的实际效率与利润，并发出倡议：“在工业革命时代，习近平总书记总结了县域经济的‘晋江经验’。而在人工智能时代，我们能否一起探索时尚产业的石狮答卷？”

BCG董事总经理、全球合伙人苏明从全球产业战略布局视角，分享了题为“解码趋势 型动未来——男装休闲化浪潮下的制胜之道”的演讲。他提出，男装市场正从“老三样”（商务、休闲、户外运动）向“新三样”（专业品牌、美学品牌、生活方式品牌）转变。未来的增长逻辑是收缩性的增长，要聚焦回到“品牌是谁”，专业品牌要构建“价值铁塔”，美学品牌要有设计制高点，生活方式品牌要围绕特定人群构建品类外的心智。

潘通色彩研究所中国业务发展总监黄磊则从色彩趋势与美学经济出发，阐述了色彩策略如何驱动产品溢价与品牌识别。他提出男装正在从“功能性消费”转向“表达性消费”，色彩已成为核心语言。黄磊现场分享了“跨代共鸣”“在地融合”“有机暗影”“再度连接”“冷遇交界”五大色彩趋势，指出：“当色彩真正植根于我们的文化语境时，产品才能从被消费转向被认同。”

三位嘉宾分别从“产业本质”“商业战略”与“美学革新”三个维度，为男装休闲装的国际化、时尚化提供了前沿参考。



在与会嘉宾的共同见证下，大会举行了两项具有战略意义的启动仪式。

● 圆桌激荡：潮变时代，如何实现“价值跃升”？

大会压轴的圆桌对话环节，以“潮变时代的‘新共识’：如何实现男装休闲装的‘价值跃升’？”为主题，展开了一场跨界深度思辨。

对话由主持人引导，山谷少年品牌主理人耿华亮，抖音电商男装行业运营负责人孟威行，中国十佳时装设计师、ANNBOO品牌设计总监安博同台交锋。他们分别从品牌设计、电商运营、渠道建设等不同视角出发，围绕品牌高质量突围、设计成果快速转化、功能性面料创新应用、数字化智能化转型等行业热点，既直面痛点，也分享实战经验。

耿华亮分享了山谷少年保持品牌调性同时拓展市场的经验，源自真实生活经历和地域情感的品牌叙事，是工业化流水线无法复制的。他透露，品牌通过主线与衍生线结合、延伸配饰家居童装等产品线，以及十几年积累的45万高黏性粉丝社群，实现了“小而美”的可持续商业转化。他还向石狮提出建议：“设计师品牌需要一个透明的供应链平台，精准找到能做小单快反、特定工艺的合作伙伴。”

孟威行从平台数据指出，新中式男装（年同比搜索量提升112%）、通勤户外（78%）、老钱风新贵（近60%）是当前增长最快的赛道。他直言，2025年抖音男装产业带商家200元以上的件单价增速很高。他建议男装品牌通过主理人人设、有品牌感的直播间呈现、精细化会员体系服务来实现品牌溢价。

安博分享了AI工具在时装周开场视频制作中的实际应用，传统方式需要1—2个月、几十万成本，现在一周内一个人就能完成。他强调，AI重构了设计流程，让设计师有更多精力回归创意本身，同时使团队设计质量输出更稳定。对于科技应用，他提出科技不能沦为噱头，核心标准是为否真正降本增效，企业需要在实践中测试、摸索，找到适合自身经营模式和文化理念的工具。

最终，热烈真挚的对话达成了重要的“新共识”：价值跃升不是单一环节的优化，而是从面料、设计、生产到营销、服务的全链路协同创新；数字化不是工具，而是重构人货场的底层能力。

● 一会一展一周：全维度产业盛事共振

驭风而行，不是等待风来，而是主动破局、自我革新。2026石狮时尚产业发展大会的成功举办，既是石狮发挥产业集群优势、推动时尚产业转型升级的关键一跃，也是中国男装与休闲装行业凝聚转型共识、激发创新活力的重要里程碑。大会以专业的行业高度、深厚的产业深度、广阔的资源广度，为中国时尚产业厘清了方向，也为石狮持续擦亮休闲服装重镇金字招牌注入了强劲动能。

此外，本次大会与同期举办的产业活动深度联动，构建起“一会一展一周”的全维度盛事格局。4月18日当天，第28届海峡两岸纺织博览会暨全球男装供应链展、第十三届中国（石狮）网商大会暨2026年得物商家大会同步举办；当晚，2026石狮国际时装周开幕秀正式亮相。从高端论坛到供应链对接，从线上新渠道到时尚发布秀场，石狮以“全产业链、全场景、全媒体”的方式，向行业集中展示其综合实力与发展活力。

驭风而行，潮变新生。石狮已经作答，行业正在行动。当“驭风而行”成为共识，当“价值跃升”锚定方向，中国男装与休闲装产业的高质量发展之路，正从这里，通向更辽阔的未来。TA



柯桥以“走出去”赋能，以“引进来”聚势，在开放共融中实现产业能级跃升。

纺城产经洞察 ② 开放之路

“国际纺都” 如何以经纬链全球？

■ 本刊记者_边吉洁

春风引路，经纬纵横。104国道旁，满载面料的货车川流不息，绍兴柯桥中国轻纺城各大市场内，操着各地乡音的客商与来自全球的外商往来穿梭，门店之间生机涌动、购销两旺。从依河而兴的街边布市，到辐射全球的纺织产业枢纽，柯桥的崛起始终与开放同频、与世界共振。

柯桥，全球每年有将近 1/4 的纺织品在此集散交易，产品销往 200 余个国家和地区，年纺织品出口额超千亿元。一块布，联通世界；一座城，定义产业格局。柯桥早已不是简单的“面料集散地”，而是中国纺织工业对外开放的前沿阵地、全球规模领先的纺织面料交易中心，更是产业深度转型升级、主动参与全球产业治理的鲜活样本。

当“国际纺都”的发展蓝图与“十五五”开局之年同频共振，这座纺织之都正以开阔胸襟与高远格局直面时代之问：如何从世界纺织的制造供给端，跃升为整合全球资源、引领产业方向、定义行业标准的核心力量？

▶ 走出去： 重构全球贸易新边界

近年来，“柯桥纺织”正以更主动的姿态，加速扬帆出海。从单一的产品输出到制造、品牌、服务的系统化布局，柯桥纺织的出海模式持续迭代，新兴市场开拓成效显著，正迈入高质量出海的新阶段。

产品输出，仍是出海立身之本。柯桥纺织企业早已跳出简单代工模式，依托自主核心技术，在国际竞争与高端品牌供应链中占据一席之地。绍兴乾雍纺织凭借锦纶数码直喷印花核心技术，相继服务北京、米兰冬奥会等，成为多国国家队赛事服装印花面料核心供应商，并成功拿下 Lululemon、Nike 等国际品牌长期订单。绍兴柯桥木林森针织有限公司积极布局海外，在柯桥建设协同创新基地的同时，于印尼扩建生产基地，构建起跨国工贸一体化运营体系。企业出海不再局限于商品贸易，更实现产能、管理与服务的同步落地深耕。

品牌出海同步提速，“柯桥纺织”以集群身份亮相全球时尚舞台。“米兰时装周柯桥日”自 2023 年起连续三年登上米兰时装周官方日程，展现了柯桥纺企与设计师“借船出海”的集体智慧。“柯桥优选”区域公共品牌持续扩容，在巴黎、迪拜等国际时尚高地亮相，以严苛的品质与设计标准，不断提升“柯桥纺织”的国际含金量。

制造升级与品牌赋能同频发力，推动渠道体系实现系

统性变革。柯桥纺织的开放外延，正从单一商品交易向全链条服务延伸。“丝路柯桥·布满全球”行动持续深化，截至目前，柯桥已在全球 9 个关键节点城市建成海外仓与服务站。更值得关注的是，中国轻纺城集团推进的“展贸仓”一体化出海计划，拟在全球布局 30 至 50 个线下展贸中心，打造“线上数字孪生市场+线下实体展贸”联动新模式。

商流畅通的背后，是物流与数字的双轮驱动：在“柯新亚”、越南等跨境专线及中欧班列“柯桥号”稳定运行基础上，2026 年柯桥将重点开拓伊朗、土耳其等新兴市场专线，通过加密班次、优化通关、创新多式联运，打造高效国际物流网；轻纺数字贸易港跨境电商创新中心则计划引入 50 家跨境电商企业，力争推动产业集群年交易额突破 50 亿元，构建线上线下融合的跨境贸易新生态。

从企业单打独斗拓市场，到政府牵头搭建全球化产业生态，柯桥打破传统贸易买卖关系，打造深度绑定、互利共赢的产业共同体，走出一条内外联动、协同共进的开放发展新路，稳步向全球纺织产业价值链核心枢纽迈进。

▶ 引进来： 锻造价值定义新内核

开放不止于“走出去”，更在于“引进来”。柯桥以包容姿态汇聚全球创意、技术与人才，加速从“面料之都”向“创意策源地”蝶变，为产业高质量发展注入不竭动能。

世界布商大会永久落户柯桥，成为全球纺织行业凝聚共识、共谋未来的重要平台。来自世界各地的行业领袖、国际机构与专家学者，围绕科技创新、绿色低碳、可持续发展等关键议题深入交流，形成的“柯桥共识”与系列行业倡议，为全球纺织产业转型升级提供了可复制、可推广的实践方案。

柯桥时尚周已成为城市时尚名片，从最初“一展四赛十场秀”的初步探索，到如今汇聚全球设计力量、贯通全产业链的时尚生态，始终以面料为核心，推动本土纺织接轨世界时尚前沿，持续提升柯桥在全球时尚产业的影响力。2025 首届时装 L'OFFICIEL 杯 & 中国轻纺城国际设计大师赛举办，汇聚中、法、意、日等多国青年设计新锐，2026 年第二届赛事已如期启动。WGSN 柯桥趋势中心落户，通过“趋势智库、设计资源、产业展示”平台，将全球流行趋势与本地产业深度融合，架起制造与时尚、本土与全球的桥梁。

会展矩阵与品牌培育，让“引进来”更具实效。中

国绍兴柯桥国际纺织品博览会连续举办 27 年，全球客商纷至沓来；纺织大会、印染大会等行业盛会相继落户，创新活力持续涌动。如今，每年超十万名海外客商慕名而来，带来的不仅是订单，更是对“柯桥标准”“柯桥品质”的认同。一位巴西采购商坦言：“来到柯桥，不只是寻找面料，更是看清全球纺织的未来方向。”

▶ 立标准： 争夺产业话语制高点

从产品输出到规则引领，柯桥立志做全球面料话语权的坚定发声者。作为全球纺织时尚潮流重要策源地，柯桥跳出规模依赖，以科技、时尚、绿色为抓手，在研发创新、标准制定、技术引领上持续突破，逐步构建起中国纺织的国际话语权。

绍兴朴门进出口有限公司与 TENXTEN 深度合作，将东方军装美学融入面料设计，成功叩开巴黎时尚圈大门，颠覆了外界对柯桥面料设计的固有认知。“中国面料拥有属于自己的表达方式，我们让产品走向国际市场，让世界看到中国面料的魅力与中国设计的风采。”绍兴朴门进出口有限公司主理人杨丹雯的话语，彰显着柯桥设计走向国际的自信底气。

如果说企业创新点亮行业星火，标准制定则筑牢话语权根基。为应对国际贸易新规则，柯桥率先开展“碳足迹标识”认证省级试点，出台全国地级市首个纺织产业碳足迹认证方案，为突破国际“绿色壁垒”提供了“柯桥样板”。

技术突破为标准引领提供硬核支撑。浙江省现代纺织技术创新中心运用 AI 技术破解废旧纺织品分拣难题，实现精准分类与高效再生；浙江东进新材料有限公司打破国外垄断，研发的环保型高性能防水透湿复合面料兼具防水、透气、透湿，性能达国际顶尖水平，广泛应用于高端户外与军工领域；浙江佳人新材料有限公司作为国内唯一、全球规模最大的化学法循环再生聚酯企业，单线年处理废旧涤纶 4 万吨、产出再生产品 3 万吨，每年可节约石油近 40 万吨、减排二氧化碳 7.2 万吨，以技术创新树立行业绿色循环标杆，持续完善再生纤维国际标准体系。

从搭建全球对话平台到集聚高端创意资源，从培育本土人才梯队到激活国际创新转化，柯桥以“走出去”赋能，以“引进来”聚势，在开放共融中实现产业能级跃升。这座因布而兴、因纺而强的城市，正以更开阔的格局、更扎实的步履，昂首走向世界纺织舞台中央，在全球产业变革中书写属于“国际纺都”的崭新篇章。





寻商机、拓市场，展商全力备战

2026 柯桥春季国际纺博会即将启幕

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

商机涌动，万物拔节。5月7—9日，2026中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会（春季）将在绍兴国际会展中心举行。作为与上海面料展、广交会面料展并称国内纺织行业三大盛会的专业平台，本届纺博会正以全新姿态蓄势待发。

紧扣产业升级与商贸协同需求，本届展会精心规划纺织面料、时尚设计、服装服饰、纺织机械、染整技术、纱线原料六大专业展区，精准覆盖纺织全产业链。从本土龙头到全国知名企业，从研发、织造、印染到设计服务，800余家展商已整装待发。5万平方米的展览面积，40余万款新品面料将同台绽放；20余场采购对接会、交流分享会等，将串联起从纱线、面料到成衣的全产业链对话；20余个海内外团组、数以万计的采购商正奔赴而来。

柯桥国际纺博会一直是企业抢订单、拓市场的重要阵地。盛会临近，参展企业备展热情高涨，纷纷打磨新品、优化布局，全力抢占商贸先机。记者近日走访多家重点参展企业，直击备展一线，探访新品研发与商贸筹备的火热场景。

渠道转化：“家门口展会”实效拉满

多年来，柯桥国际纺博会早已成为本土企业最高效的客户转化阵地。这个“家门口的展会”强磁场效应持续释放，每年为企业带来实打实的客流与订单。作为纺博会常客，绍兴现色纺织品有限公司已连续参展多年，每一次都不虚此行。

“每次纺博会我们都能收获不少新客户，印象最深的是来自中亚五国和俄罗斯的订单。可以说，我们的外贸客户几乎都是从展会转化而来的，而纺博会正是其中重要的一站。此次参展，我们期待接触到更多新客户。”公司董事长宋占川表示。

作为柯桥地区专注人棉面料的外贸领军企业之一，现色纺织集研发、生产、设计、销售于一体。从水印花、数码印花，到起皱、烫金、冲片等后整理工艺，一道道工序接力，现色纺织将人棉面料玩出“新花样”，产品远销东南亚、南北美洲等30多个国家和地区。

本次纺博会，现色纺织将主推梭织系列，涵盖人棉、全棉印花、染色等十多个大类。除常规产品外，还将展示近年研发的莱赛尔系列，包括纯莱赛尔及人棉莱赛尔混纺面料，进一步丰富产品矩阵。

在柯桥国际纺博会这个“家门口的生意场”，越来越多的本土企业正以实实在在的产品力，把客流变成留客，把展位变成起点。

多维创新：非遗、科技、环保三箭齐发

在柯桥国际纺博会上，创新从不只是一种姿态，而是一场百花齐放的竞速。从天纤维面料、环保再生面料、多组分混纺面料、功能性面料……参展企业各显其能，以多元创新竞相诠释产业的新质生产力。

绍兴花册纺织有限公司便是这场创新大潮中的一位“老将”。走进花册纺织，这家专注蕾丝面料32年的老牌企业正紧锣密鼓备战纺博会，展厅内挂满了各类蕾丝面料及风格多样的样衣。公司90%以上为外贸订单，产品远销越南、日本、迪拜、埃及等二十余个国家。

“我们一直专注于蕾丝这一细分赛道，在材料、花型、工艺上下下功夫。”公司总经理林亮松表示。据悉，花册纺织已连续参展纺博会十余届，本届将带来三大新品系列：仿绣花立体蕾丝、融入苗族非遗元素的国风蕾丝，以及采用环保纤维的新材料蕾丝，共计三十余款。



展会在即，参展企业备展热情高涨。

“纺博会客流量大、人气旺盛，我们每次参展都收获颇丰。”林亮松透露，往届展会不仅吸引了大量江浙沪客户前来对接，也有不少海外客商专程赶来观摩。对于今年纺博会，企业期待开拓更多元化的市场，以“非遗+科技+环保”的多维创新，持续提升参展实效。

从一朵蕾丝出发，连接传统与未来，融合文化与科技，花册纺织一件件可触摸、可感知的面料，正等待着全球客商的检阅。

技术破局：低碳方案“硬核”登场

从节能降耗到绿色智造，从传统工艺到集成创新，柯桥国际纺博会正成为各类“硬核”技术的试金石与发布场。首次参展的绍兴柯桥一维纺织品经营部联合绍兴标点纺织科技股份有限公司，将以全新技术破局，推出低碳节能整体解决方案。

据标点纺织总经理刘娜介绍，本次联合参展，一维纺织品经营部将带来三四十款采用该技术制成的新品，包括一体羊毛雪花绒、一体羽毛绒等。其中，将天然纤维如莱赛尔、羊毛等制成绒面的工艺尤为引人注目。这些面料兼具成本与环保双重优势，将为毛绒类产品在时尚、家居等领域的应用提供全新解法。

标点纺织的“立可裁”免复合一体毛绒面料的核心突破在于：采用“集成式织造技术”，集编织、拉剪毛工序一体成型，不用胶水复合即可双层面料一体呈现，原料多元化且不掉毛，减少后整理4—5道生产流程，有效降低生产过程中的碳排放，减少环境污染、降低损耗的同时，又提升了产品品质。该“集成式织造技术”带来的成本优势十分突出，综合能耗与损耗下降约70%，对生产型企业而言，还能有效降低治污成本和排放指标压力。

柯桥是一座敢闯敢试的先锋之城，更是一片善作善成的纺织产业热土。在这里，科技赋能产业升级，时尚彰显文化自信，绿色践行发展理念，开放拥抱世界机遇。5月7—9日，2026柯桥春季国际纺博会，诚邀全球纺织业界同仁聚首纺都，共话产业转型新路径，共抓商贸合作新机遇。

Focus / 聚焦

1099.27 亿元！中国轻纺城喜迎首季“开门红”

■ 本刊记者_王利 文/摄

近日，记者从中国轻纺城建设管理委员会获悉，2026年1—3月，中国轻纺城成交额达1099.27亿元，同比增长8.54%，在复杂多变的国际经济形势下实现逆势增长，交出一份成色十足的首季“开门红”答卷。

当前，中东战火未熄，全球经济阴云密布，但中国轻纺城依然活力涌动。104国道满载面料的货车川流不息，市场外围打包发货的工人忙碌不停，市场内全球客商在各门店穿梭往来……交织成一幅生机勃勃的春日画卷。这份增长背后，是柯桥纺织强大的产业韧性与抗风险能力。

深耕麻类面料十余年的绍兴老庄纺织品有限公司，核心团队不足20人，2025年创造了年销售量上千万米的佳绩，今年开年势头更劲。近期，该企业如约迎来“金三银四”，平均每天接单量高达10万米。这十余人的团队背后，连接着一张庞大的就业网络——从上游的纺纱织造、印染整理，到下游的物流配送、外贸出口，每一次接单、每一米面料，都在产业链上下游催生出计其数的就业岗位，生动诠释了纺织业作为民生支柱产业的特殊价值。

老庄纺织的忙碌景象并非个例。作为业内公认的“坯布大王”，浙江科旺纺织有限公司同样表现抢眼。这家集研发、生产与销售于一体的大型高端女装面料企业，产品涵盖真丝、亚麻、醋酸、天丝、羊毛、人丝、莱赛尔、铜氨丝、石墨烯、锦纶等材质的素色及大提花、剪花类中高档混纺面料。今年一季度，科旺纺织产销两旺，凭借持续的产品创新与稳定的品质优势，在激烈的市场竞争中赢得主动。

“柯桥优选”亮相消博会，实力诠释“好面料，柯桥造”

近日，第六届中国国际消费品博览会（简称“消博会”）在海南海口举办，作为海南自贸港全岛封关运作后首个国家级展会，本届消博会吸引了全球目光。展会现场，历经5年沉淀的“柯桥优选”重磅亮相“浙江精品”主题展的公共区域品牌展示区，在这一国际化平台上，多维展现了柯桥纺织产业的面料研发实力。

本次参展面料创新实力突出、应用场景广泛。材质上，采用了新型聚酯纤维、再生涤纶等科技环保纤维，同时具备防水、防污、防油、透湿多种功能。产品既承载了“好面料，柯桥造”的品牌价值主张，也能很好地融入都市休闲、时尚家居、运动户外等不同场景，满足不同国家、不同人群的多样需求。

据了解，此次“浙江精品”主题展由浙江省市场监督管理局指导、浙江广电集团承办，以“国潮新经典 科技新特产”的核心理念惊艳亮相。“浙江精品”品牌以创新为要义，通过产品与服务创新分别凸显品牌特质、提升价值内涵。而“柯桥优选”面料在“浙江精品”公共区域品牌展示区的集中展出，不仅展示了柯桥面料的硬实力，更意味着柯桥正以“柯桥优选”区域品牌为抓手，从全球面料集散地向高端纺织价值标准的定义者转型。

“柯桥优选”根植柯桥千亿级纺织产业集群，集聚区域优质产能、链接全球市场资源，已成为柯桥纺织竞争优势和品牌价值重塑的关键支撑。未来，柯桥将依托区域品牌，推动更多柯桥优质产品走进消费市场，巩固柯桥纺织企业在全球产业链中的领先地位。（唐小狄）



中国轻纺城各市场活力十足。

绍兴柯桥，是国内纺织产业链最完整、纺织产能最强、专业市场最大的纺织产业集群。8000余家纺织企业、390万平方米市场建筑面积、25个单体市场交易区、3.9万余户市场经营户，共同铸就了柯桥纺织雄厚的产业根基。超大市场规模与完备纺织产业体系持续发挥“压舱石”效应，支撑柯桥纺织经济稳健前行，使其拥有强大的发展韧性和充足的回旋余地。

从一家家企业的繁忙经营，到整个市场的活跃交易，中国轻纺城一季度“开门红”不仅是一串亮眼的数据，更是柯桥纺织在风高浪急中迎难而上、稳中求进的真实写照。这份成绩单，为柯桥经济全年高质量发展奠定了坚实基础，也为全球纺织产业链注入了一股稳定的“柯桥力量”。

第二届时装 L'OFFICIEL 杯 & 中国轻纺城国际设计大师赛初评收官

近日，第二届时装 L'OFFICIEL 杯 & 中国轻纺城国际设计大师赛（LCTC）初评评审会在上海落幕。经过多轮严谨评议与投票，30组作品从海内外数百份投稿中突围，晋级总决赛。这不仅是创意比拼的阶段性结果，更是一面折射中国时尚产业转型的棱镜。

据大赛组委会介绍，本届赛事全面升级，以更高规格、更广视野、更强阵容，汇聚全球设计新锐力量，呈现了一场专业、严谨、公正的创意甄选。自全球征稿启动以来，依托中国轻纺城强大的产业资源与国际化赛事平台，大赛吸引了海内外众多独立设计师、院校师生及设计团队踊跃参与。参赛作品风格多元、特色鲜明，充分彰显了当代青年设计师的创作热忱与专业实力。

为确保评审工作的权威性、专业性与公正性，大赛特邀海内外时尚设计、艺术教育、产业运营、品牌传播及时尚媒体领域的顶级专家共同组成初评评审团。评审现场专业有序、氛围热烈。评委们凭借深厚的行业积淀、国际化的审美视野与严谨的专业态度，围绕原创性、主题契合度、工艺实现性、市场转化力、材料创新等核心维度，对每一份参赛作品逐一审阅、充分研讨、综合评定。

作为一项专业的国际性设计赛事，本届大赛不仅为青年设计师提供了展示才华的舞台，更搭建起创意设计与产业落地之间的桥梁。初评圆满落幕，总决赛即将成为检验这些创意种子“产业适应力”的终极考场。晋级选手将在最终对决中一展锋芒，值得期待。（边吉洁）

运行总体平稳，结构分化凸显

2025 年中国化纤行业运行分析与 2026 年展望

■ 中国化学纤维工业协会 / 供稿



2025 年,面对复杂多变的国内外环境,中国经济坚持“稳中求进”总基调,实现了总量平稳增长与结构持续优化,全年 GDP 增长 5%,在全球主要经济体中保持领先。在此背景下,化纤行业呈现“运行总体平稳、结构分化凸显、转型步伐加快”的发展特征:全年产量保持 4.3% 的平稳增长,出口展现较强韧性;但同时也面临内需复苏不及预期、传统大宗品类盈利下滑、部分子行业开工率下降等压力,行业整体营收、利润分别同比下降 7.31%、4.46%,仍然处于从规模扩张向价值提升转型的关键调整期。

2025 年行业运行基本情况

(一) 子行业开工分化明显,产量保持平稳增长

2025 年化纤行业整体开工基本正常,但各子行业表现有所分化。其中,直纺涤纶长丝平均开工负荷约 92%,较 2024 年提升 1.29 个百分点;粘胶短纤平均开工负荷约 88%,较 2024 年提升 2.55 个百分点;锦纶平均开工负荷约 81%,较 2024 年下降 8.64 个百分点,尤其下半年走低趋势更为明显;氨纶平均开工负荷约 80%,较 2024 年下降 3.85 个百分点。

根据中国化学纤维工业协会统计,2025 年化纤产量为 7793 万吨,同比增长 4.3%。其中,涤纶产量增速 4.0%,较 2024 年下降 5.2 个百分点,充分反映出龙头企业积极践行社会责任,认真贯彻执行中央综合整治“内卷式”竞争要求,主动减产以维持行业整体平稳运行;锦纶产量增速 2.8%,较 2024 年下降 3.5 个百分点,由于阶段性供需不平衡,年内产量增速呈现阶梯性下滑趋势;氨纶产量增速 4.3%,较 2024 年下降 5.6 个百分点。值得一提的是,莱赛尔纤维在技术和市场的双重推动下,在 2024 年产量增长 27.4% 的基础上,2025 年又同比增长 46.5%。整体来看,2025 年化纤产量增速放缓,全年产量保持平稳增长。

表1 2025年中国化纤产量完成情况

产品名称	2025年产量(万吨)	同比(%)
化学纤维	7793	4.3
再生纤维素纤维	548.0	6.3
其中,粘胶纤维	456.3	2.9
短纤	433	2.9
长丝	23.3	3.6
莱赛尔纤维	62.7	46.5
合成纤维	7245	4.1
其中,涤纶	6477	4.0
短纤	1348	8.2
长丝	5129	3.0
锦纶	472	2.8
腈纶	62.6	1.0
维纶	8.5	1.2
丙纶	47	6.3
聚纶	110	4.3

注:以上统计包含循环再利用纤维产品,不包含加弹等后加工产品。

数据来源:中国化学纤维工业协会

库存方面,涤纶长丝受益于 5 月中旬企业集中安排停产检修,5、6 月去库存加快,7 月库存有所回升并在中旬达到 26 天(以 POY

为例),此后呈现震荡下降趋势,12 月末降至 5 天,创下近五年来最好水平。锦纶库存大幅增加,虽然二、三季度减产幅度扩大,但仅是减缓了库存上升速度,10 月 10 日达到高点 47 天,此后库存走低,12 月末降至 31 天。氨纶库存则延续 2024 年下半年以来的高位震荡态势,上半年基本维持在 50 天左右;7 月下旬库存出现下降趋势,12 月末降至 40 天。

(二) 终端需求内增外韧,整体压力有所显现

2025 年,我国城乡居民收入实现平稳增长,国家协同推进促消费、惠民生政策落地显效,衣着消费扩容、提质、升级潜力持续释放,纺织品服装内销实现温和增长。国家统计局数据显示,2025 年我国居民人均衣着消费支出同比增长 2.2%;全国限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售总额突破 1.5 万亿元,同比增长 3.2%。直播带货、即时零售等业态模式及渠道创新,国风国潮、运动户外、可持续时尚等产品及设计创新,带动纺织服装网络零售渠道增长平稳,全年网上穿类商品零售额同比增长 1.9%。

外需方面,面对全球经济增速放缓、单边主义保护主义抬头、美国关税政策频繁调整的复杂形势,我国纺织行业迎难而上、适变作为,以供给创新、市场拓新、布局革新积极化解风险压力。根据中国海关数据,2025 年我国纺织品服装出口总额为 3121.8 亿美元,同比下降 2.5%,但仍连续第六年保持在 3000 亿美元以上,彰显较好发展韧性。其中,化纤、纱线、织物等纺织中间品出口实现较好增长,全年出口额同比增长 1.8%;家用和产业用制成品竞争力较为稳定,但受对美国出口下滑影响,出口额同比略减少 1.2%;受到关税扰动、需求疲弱等因素影响,服装出口压力更为突出,全年出口额同比减少 5.1%。主要出口市场呈现多元分化态势,尽管对美国、东盟纺织品服装出口规模较 2024 年有所缩减,但对欧盟、英国、日本、加拿大等全球 150 多个贸易伙伴出口实现正增长。

从化纤直接下游来看,化学纤维纱、化学纤维短纤布产量分别同比下降 10.02%、1.57%;从化纤下游主要行业(加弹、织机、涤纶)开机率来看,开工情况均不及 2024 年。其中,加弹平均开工率 74%,较 2024 年下滑 7.1 个百分点;织机平均开工率 63%,较 2024 年下滑 6.44 个百分点。四季度,“双十一”电商活动叠加天气降温因素,终端坯布面料出货情况向好,带动下游开工率小幅提升。从轻纺城成交量来看,全年成交量同比下降 4.49%。

(三) 化纤出口韧性凸显,全年实现较快增长

根据中国海关数据,2025 年,化纤产品共出口 762 万吨,同比增长 14.64%,保持较好增长态势。其中,得益于国际市场需求增长,以及一季度抢出口、四季度印度取消 BIS 认证等利好,全年涤纶长丝出口累计达到 435 万吨,同比增长 10.62%;前十大出口目的地中,出口印度、孟加拉国、印度尼西亚、巴西、巴基斯坦、墨西哥的增幅均在 10% 以上。

(四) 油价波动中枢下移,化纤价格整体下行

2025 年,全球经济增长放缓,导致市场对原油的需求大降,原

油价格因需求不足而持续承压,全年 WTI 原油价格区间在 55—80 美元/桶,价格中枢低于 2024 年,总体处于下行通道。截至 12 月末,WTI 原油价格下探至 58 美元/桶,较年初下降约 20.76%。尽管原油价格整体走弱,但是局部出现过两次大涨的阶段行情,以 WTI 原油价格为例,分别为 1 月中旬冲高至 80 美元/桶及 6 月中旬反弹至 75 美元/桶,背后主要推力是地缘政治冲突以及俄罗斯遭到制裁。

原料端支撑减弱叠加需求不足,化纤产品市场价格整体呈现不同程度的下降。以聚酯链产品为例,分阶段来看,一季度纤维产品价格跌幅普遍大于原料跌幅,截至 3 月末,PTA 价格降至 4835 元/吨,跌幅 0.31%,涤纶 POY 价格降至 6835 元/吨,跌幅 3.26%;二季度纤维产品价格虽上涨,但涨幅普遍不及原料涨幅,截至 6 月末,PTA 价格涨至 5030 元/吨,涨幅 4.03%,涤纶 POY 价格涨至 7020 元/吨,涨幅 2.71%;三季度纤维产品价格虽处于下行趋势,但原料降幅更为明显,截至 9 月末,PTA 价格降至 4535 元/吨,跌幅 9.84%,涤纶 POY 价格降至 6650 元/吨,跌幅 5.27%;四季度 PTA 价格小幅回升,挤压纤维产品盈利空间,截至 12 月末,PTA 价格涨至 5065 元/吨,涨幅 11.69%,涤纶 POY 价格降至 6570 元/吨,跌幅 1.20%。

(五) 营收利润双降,细分品类盈利分化明显

2025 年化纤行业经济效益结构性分化,盈利驱动向价值提升转型。根据国家统计局数据,化纤行业实现营业收入 10409 亿元,同比下滑 7.31%,主要受产品价格同比下降拖累。实现利润总额 315 亿元,同比下滑 4.46%。其中,涤纶行业利润总额同比下降 18.72%,锦纶行业利润总额同比下降 37.64%;而纤维素纤维行业利润总额同比提升 13.22%,生物基化学纤维行业利润总额同比提升 88.28%。总体来看,大品种与小品种的盈利能力形成显著反差。在下游需求回落的压力下,行业已告别规模扩张的发展阶段,转向通过技术创新、产品差异化、成本管控等路径增强盈利韧性。

表2 2025年化纤及相关行业经济效益情况

	营业收入(亿元)	同比(%)	营业成本(亿元)	同比(%)
纺织行业*	43851.43	-8.30	38665.87	-8.37
其中,纺织业	22322.60	-6.43	19748.12	-6.48
纺织服装、服饰业	11119.95	-12.67	9398.88	-12.59
化学纤维制造业	10408.89	-7.31	9518.87	-7.83
	利润总额(亿元)	同比(%)	亏损企业亏损额(亿元)	同比(%)
纺织行业*	1504.27	-15.95	412.55	-6.16
其中,纺织业	738.31	-12.04	218.66	-4.79
纺织服装、服饰业	450.64	-27.34	102.94	18.66
化学纤维制造业	315.32	-4.46	90.96	-26.19

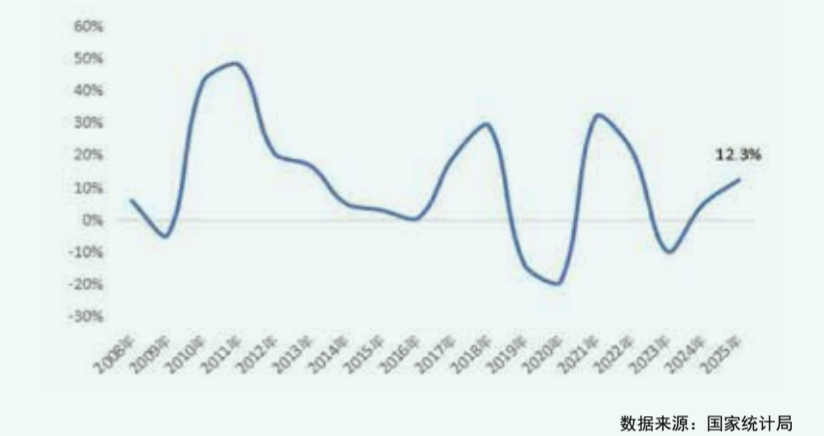
资料来源:国家统计局(*本表中纺织行业数据为三项合计)

(六) 技改驱动投资增长,产能结构进一步优化

根据国家统计局数据,2025 年化纤业固定资产投资完成额(不含农户)同比增长 12.3%,较 2024 年提升 7.6 个百分点。根据调研了解,行业投资增长主要来自存量产能的升级改造投入,包括旧

生产工艺智能化改造、长丝落筒自动化改造、冷水机组节能改造、余热回收制冷升级、光伏储能系统部署等绿色化、智能化项目。

图1 2008—2025年化纤行业固定资产投资增速变化



数据来源:国家统计局

2026 年化纤行业运行展望

从外部环境来看,全球经济增长乏力,外部环境的复杂性与不确定性依然较大。受通胀压力、地缘政治冲突、债务高企等多重因素影响,2026 年全球经济增长预计仍将保持低速态势,IMF 预测全球经济增长约为 3.1%,发达经济体增速可能进一步放缓,新兴市场与发展中经济体面临资本外流、汇率波动等多重压力。贸易保护主义、单边主义仍将持续,全球贸易增速可能低于经济增速,技术封锁、产业脱钩等风险不容忽视,将对我国出口与产业链供应链安全构成挑战。

从内部环境来看,我国经济基础稳、优势多、韧性强、潜能大,经济长期向好的基本面没有改变。根据中央经济工作会议精神和“十五五”规划建议要求,2026 年经济工作将坚持“稳中求进、提质增效”,预计 GDP 增速将保持在合理区间,或较 2025 年略有放缓,但增长质量将进一步提升。政策端将持续发力扩大内需,随着居民收入增长、消费场景丰富、消费政策优化,服务消费、智能消费、绿色消费将成为增长亮点。

春节后,化纤行业整体复工复产呈现稳步推进态势,但受春节前备货和下游复工节奏偏缓影响,部分企业产成品库存短期上升。近期地缘政治冲突导致国际油价暴涨,而因终端需求偏弱,化纤产业链产品价格涨幅呈现自上至下逐级递减趋势,但叠加库存增值效应,企业盈利水平有所修复。全年来看,在行业“反内卷”共识下,化纤产能产量增长仍将趋缓,供需结构将有所改善;新兴市场需求增长态势延续,出口有望保持平稳增长;行业整体效益有望实现与 2025 年持平或小幅增长,差异化、高附加值产品占比较高的企业效益增长将更为明显,但仍需警惕地缘政治冲突带动原油价格大幅波动给行业带来的潜在风险。展望“十五五”,化纤行业需以高质量发展确定性对冲外部环境的不确定性,在智能化、绿色化、融合化转型领域加大投入,不断推动纺织化纤现代化产业体系建设,实现行业高质量可持续发展。TA

向新向优，全面升级

2025 年我国服装电商行业运行分析

■ 中国纺联流通分会 / 供稿

2025 年，在党中央、国务院持续推动数字经济高质量发展系列政策的有力引领下，我国稳居全球最大的网络零售市场，电子商务行业创新活力持续迸发，成为助力提振消费、促进产业转型、深化国际合作、满足人民美好生活需要的重要行业，展现出强大的新质发展动能。

服装是我国电子商务消费市场的核心品类，2025 年我国服装电商行业展现出向新向优发展的良好态势，在智能化、融合化、规范化、多元化、国际化等方向全面发力，取得了良好的发展效果，开启了全新的行业蓝图。

2025 年我国服装电商数据分析

1. 服装（B2C）网络零售额

国家统计局数据显示，我国网络消费延续向好向新的良好态势，2025 年网上零售额 15.97 万亿元，同比增长 8.6%，其中，实物商品网上零售额 13.09 万亿元，增长 5.2%。根据中国纺联信息化部、流通分会测算数据，2025 年，我国服装（B2C）网络零售额为 2.38 万亿元，同比增长 2.59%，占全国网络零售额（15.97 万亿元）的 14.90%。

图1 2020—2025年服装网络零售额



数据来源：中国纺联信息化部、中国纺联流通分会

2020—2025 年，我国服装（B2C）网络零售额从 1.80 万亿元增长到 2.38 万亿元，年度增幅由 2020 年 8.20% 的中高速增长转为 5% 以下的中低增长。根据国家统计局数据，2025 年，在实物商品网上零售额中，穿类仅增长 1.9%，在各类消费品中增速较低。服装是电商传统优势品类，当前已进入线上渠道深耕与品质化发展的新阶段，在线上交易规模稳中有进的同时，开启了结构与模式的深刻调整。

2. 专业市场渠道服装电商供货额

中国纺联流通分会测算，2025 年，我国服装企业通过专业市场渠道为线上平台服装经销商的供货额（包括电商商家组货）为 5700 亿元，同比下降 0.87%，占专业市场渠道服装总成交额的比重为 39.86%。近年来，专业市场下游采购商结构发生深刻变化，线上卖家比重显著提升，模式逐年丰富，服装专业市场多渠道、多路径参与电商供应链分工，电商供货占比逐年提高，现已接近 40%，显示线上供货与线下分销在专业市场的业务占比逐年接近。

图2 2020—2025年专业市场电商供货额



数据来源：中国纺联流通分会

3. 服装跨境电商出口额

海关总署副署长王军在国务院新闻办新闻发布会上介绍：“据海关初步统计，2025 年中国跨境电商进出口规模达 2.75 万亿元，比 2020 年增长 69.7%。”根据比例测算，其中，跨境电商出口规模约 2.3 万亿元。近五年来，跨境电商成为我国出口贸易的重要增量，通过丰富品类、搭建平台、抱团出海、全球拓展等方式，始终保持着蓬勃发展的中高速增长态势。

服装是我国跨境电商的首位品类，也是 SHEIN、TEMU、Tik Tok Shop 等龙头平台的重点品类。中国纺联流通分会测算数据，2025 年，我国服装跨境电商出口额为 7620 亿元，同比增长 17%，约占跨境电商出口额的 33.42%。2020—2025 年，我国服装跨境电商出口额分别为 2400 亿元、3480 亿元、4140 亿元、4870 亿元、6500 亿元和 7620 亿元，实现跨越式增长；服装在我国跨境电商出口额的占比也从 2020 年的 21.44% 提高到 2025 年的 33.42%，服装品类影响力明显提升。

图3 2020—2025年服装跨境电商出口额



数据来源：国家海关总署、中国纺联流通分会

2025 年我国服装电商发展特点

1. AI+ 服装电商场景爆发式增长

人工智能技术的商业化应用是 2025 年商业领域的最大亮点，电子商务作为先天具备数字化基因的商业模式，与人工智能技术融合应用的模式和场景更加多元。

一年间，从生产端到消费端，从平台到集群，从企业到个人，在无数个场景需求中，催生了无数新工具、新平台、新物种。天猫、抖音、快手等头部电商平台发布“AI 驱动平台”战略，全面搭建人

工智能基座；平台不断更新智能客服、智能推荐、虚拟试衣、数字人主播等实用工具，服装电商商家对 AI 工具的应用迅速普及；各地产业集群、专业市场等纷纷以 AI 技术赋能企业和商户进行线上销售，义乌小商品城开发一系列 AI 工具辅助商家进行多国语言宣传视频的制作，成为行业 AI 应用的经典案例；AI 不断向产业链上游延伸，电商企业通过 AI 工具辅助生成设计稿、市场需求预测、客户精准画像、动态调整价格、监控库存等，不断提升自身的综合竞争力。

2. 社交平台深度融入电商生态圈

近年来，种草、分享、测评等环节已经成为线上消费行为中的重要环节，社交、内容型自媒体平台与电商行业的关联日益紧密，逐渐升级为电商平台和产业集群的重要合作伙伴。

2025 年，小红书与义乌共同打造的“小商品生态+内容生态”全新营销玩法，通过线下的丰富体验和优质商品反哺到线上，义乌与小红书“两大流量池”的双向奔赴，完成从“全球货架”到“全球品牌”的蜕变；小红书与淘宝天猫推出“红猫计划”，小红书与京东推出“红京计划”，将跨平台流量转化效率推向新高度，所有入驻电商平台的品牌商家，在小红书投放广告可添加电商平台购物链接，实现从内容种草到交易转化一步直达。

以小红书为代表的社交平台凭借强大的内容场域，与电商平台的交易深度和产业集群的供应链深度进行强关联，实现了“内容种草—链接直连—及时转化”的闭环，精准打通从兴趣激发到购买决策的全链痛点。

3. 服装电商消费需求圈层化细分

2025 年，在 AI 技术工具的赋能下，服装电商对消费者个性化偏好和消费能力的捕捉更加精准，服装电商消费圈层愈加细分，给服装商家带来了更深的研发拓展空间。线上服装消费形成了设计风格、着装场景、产品功能等多个维度的全面圈层化。

从设计风格看，2025 年，极简、新中式、国潮、多巴胺、“老钱风”等更加抽象和概念化的设计风格“霸榜”各大电商平台，不同消费圈层对不同风格的精细化需求也催生了香云纱、宋锦、非遗工艺、IP 联名等一系列热门元素。

从着装场景看，通勤、商务、户外、家居、聚会、旅游等着装场景，将线上具有极大丰富性的服装产品进行了全新维度的区分，相较于以往的“少淑”“中淑”“商务”“休闲”等基础性的人群划分，场景式着装消费催生了“今日 OOTD”“遛弯裤”“时尚运动”“轻户外”“旅游出片”等热门穿搭 tag，成为消费者购买服装的重点参照依据。

产品功能方面，三合一冲锋衣、瑜伽服、鲨鱼裤、防晒服、慢跑鞋等以功能性材料取胜的科技含量高的服装服饰商品，成为线上消费的重要增量。

4. 行业规范化进程显著提速

2025 年，我国服装电商行业规范化程度显著提升，合规经营逐渐成为企业“刚需”，电商行业整体环境更加健康有序。国家对电商行业监管趋严，政策法规体系逐渐完善，对产品质量、标签、广告、知识产权、消费者权益等方面加大了监管和处罚力度；各大电商平台积极响应政策要求，纷纷出台新规则，上线新工具，推动行业规范发展，在维护平台利益、商家利益、消费者利益之间不断寻求最佳规则区间。

淘宝天猫完善异常“仅退款”处置机制，升级诚信评分体系，集中治理“羊毛党”，京东启动“关于不当经营行为的专项治理”，拼多多则优化操作玩法，明确 SKU 布局的合规红线，抖音直播建立“主播健康分”机制，引导主播规范执业等。跨境电商方面，全球合规高压程度加深，关税、环保、劳工、标签全球统一标准等监管力度提高；国际环保政策不断推进，限塑、再生材料、碳足迹政策试

点等成为竞争新趋势；跨境电商企业使用境外云服务器、支付网关、物流信息系统时，涉及的数据信息处理与税务合规要求也不断推动跨境电商加速实现规范化管理。

2026 年我国服装电商发展趋势

1. AI 从辅助工具升级为核心引擎

人工智能行业是我国战略性新兴产业和新质生产力的核心引擎，是我国“十五五”规划纲要中明确提出的重要全球竞争行业。人工智能将在商业领域发挥越来越重要的作用，从服装电商行业看，人工智能将从辅助角色升级为核心角色，将从“工具”功能升级为“引擎”功能。

AI 辅助工具如数字人主播、AIGC 生成工具等将加速普及，实现规模化落地，并在各平台、各企业中实现私有化部署。以 AI 为驱动的供应链与商业运营智能化进程将显著加速，如跨境电商方面，通过 AI 实现全球不同市场需求预测、国际供应链整合、海外仓智能周转、全球社交媒体分析等；内销电商方面，通过 AI 实现库存周转、智能排产、动态分佣、智能定价、智慧物流等。

另外，从 2026 年初“千问”的“一句话下单”在全国飞速普及看，人工智能技术将加速参与到消费决策环节，全面渗透电商消费全流程，成为消费者的重要参考依据。

2. 线上线下深度融合即时协同

2025 年是我国电商平台即时零售元年，各大互联网巨头全年轮番登场，各出奇招抢占即时零售这一庞大市场。

2025 年即时零售的“主战场”在餐饮、生鲜产品、快消品等重点品类，但是，其对服装电商行业产生的影响是巨大而深远的。即时零售推动了线下门店的模式多样化，前置仓、仓店一体等模式在全国迅速普及；线上商家实现全渠道会员积分、权益、喜好数据的全面互通，极大扩容了线上消费的数据空间；即时零售在消费者中迅速普及，消费者逐渐培养起“附近购物”“小时达”的消费习惯；各地政府积极打造实数融合消费场景，通过社区商业、一刻钟便民圈等“数商扩销”举措，为即时零售提供更便捷的拓展空间。这些都为服装品类通过即时零售快速铺开奠定了良好的基础。

2026 年，服装作为电商的首位品类，也必将在即时零售板块取得更大的发展。

3. 跨境电商进入模式创新爆发期

当前，我国大部分服装企业仍然依赖几大核心平台的托管、半托管模式，以供应链形态参与跨境电商，面临利润压缩、铺货内卷、话语权缺失等问题，催生全新的跨境电商参与机制。

2026 年，我国服装企业参与跨境电商的模式将进入百花齐放的新阶段。近两年来，DTC 独立站的品牌化运营模式壮大发展，以原创设计为特色的“小而美”的品牌独立站批量崛起，并深耕东南亚、拉美、中东等增量市场，取得了良好的成果，可以预见的是，2026 年中国服装品牌独立站将继续拓展新兴市场并实现显著增长。

Tik Tok Shop 在全球大量新设站点，随着这一平台的扩张，跨境电商直播已成为新增量，在人工智能技术工具的辅助下，越来越多的服装企业将试水跨境直播，这一模式将随着 Tik Tok 2026 年的全球布局迎来新的爆发。

各国本土化平台崛起，东南亚市场的 Lazada、Shopee，中东市场的 Noon、Namshi，拉美市场的 Mercado Libre 等逐渐主导本地市场，中国跨境电商企业与各国本地化平台开始探索全新的长效合作机制，并结合各地实际需求开展个性化的模式探索。另外，国际 B2B 平台回暖、跨境 POD 定制等趋势也初步显现，服装跨境电商行业将真正进入百花齐放的模式业态创新周期。TA



会议旨在为产业链提供可借鉴的发展路径，推动行业向低碳、清洁、高端化持续迈进。

当“无氟无酚”成为必答题，印染产业如何协同创新？

■ 本刊记者_耿聃

为全面落实国家精准科学治污要求，加强污染物源头防控，推动全产业链协同升级，4月15日，“传化·无氟无酚印染方案与实践专题技术交流会”在上海举办。围绕无氟无酚助剂与印染新工艺协同适配、生产全流程闭环管控、绿色纺织品市场化价值转化等现阶段多维度核心难题，会议汇聚专业院校、科研机构、行业组织、纺织企业代表共同展开深度研讨。

会上发布了《全产业链绿色转型白皮书》，旨在加快推动印染助剂源头绿色替代，构建产学研用协同、上下游联动的供应链全流程管控体系，破解PFAS与酚类物质替代技术难题，提升行业合规能力与可持续竞争力，助力印染行业绿色低碳转型。

顶层研判，共谋绿色转型路

中国纺织工业联合会副会长李陵申致辞时表示，“十五五”时期是加快经济社会发展全面绿色转型，建设美丽中国的关键时期。我国国民经济“十五五”规划纲要指出，全面落实精准科学依法治污，更加注重源头治理，强化减污降碳协同、多污染物控制协同、区域治理协同，加快推动环境质量改善由量变到质变。他强调，要深入推进新污染物治理，建立包括全氟化合物等持久性有机污染物在内的协同治理和风险管控体系。另一方面，当前全球纺织品绿色贸易规则持续收紧，国内外全氟和多氟烷基物质（PFAS）、酚类等受限物质管控正朝着更严格、更全面的方面加速升级。

他指出，印染是纺织产品深加工、提升品质、增加功能的关键环节，也是大量使用化学品的重点环节。加快推动印染全流程无氟无酚、提升化学品安全管控水平，既是响应国家双碳战略、建设纺织现代化产业体系的必然要求，也是保障产业链安全、提升中国制造国际信任度的关键举措。为此，他提出三点希望：一是以技术创新筑牢绿色根基；二是以协同融合提升产业链韧性；三是以标准引领塑造竞争优势。

面对当前国际环境与行业可持续发展带来的严峻挑战，推动生产过程减量、绿色替代已成为产业共性课题，绿色生产既是政策与环保的必然要求，也是行业高质量发展的根本路径。中国印染行业协会纺织化学品分会会长、传化集团副总裁徐迅致辞表示，为促进行业交流与技术共享，传化在展会期间组织专题交流会，系统梳理全球行业数据与转型实践，旨在为产业链提供可借鉴的发展路径，推动行业向低碳、清洁、高端化持续迈进。未来，传化将继续加大研发投入，提供更安全、高效、环保的解决方案，愿与产业链各方携手，共同推进行业绿色转型与可持续发展。

我国纺织行业正朝着科技、时尚、绿色、健康方向加速转型，加快由劳动密集型产业向科技密集型产业升级，功能化学品已成为提升纺织品色彩表现力与健康防护属性的关键支撑。武汉纺织大学党委书记、纺织新材料与先进加工全国重点实验室主任徐卫林作《纺织产业的绿色可持续发展》专题报告。围绕不同消费群体对抗菌、舒适、防护、智能等多元化需求，徐卫林表示，纺织企业可通过液氮整理技术实现纺织品高效抗菌，依托红

外功能技术提升保暖与舒适体验。他同时强调，生物基可降解材料是未来产业发展的重要趋势，其中聚乳酸（PLA）纤维凭借综合性能与成本优势，成为现阶段生物基材料产业化应用的“平衡之选”。

会上，传化化学、中国纺织信息中心、纺织新材料全国重点实验室、中国印染行业协会纺织化学品分会四家单位联合发布了《全产业链绿色转型白皮书》。白皮书汇集了当前绿色化学品与纺织产业链协同转型的重要共识，系统梳理了传化化学与全球纺织行业在绿色可持续转型中的优秀实践案例，为系统推动纺织化学品绿色技术创新与产业落地提供了清晰的路线参考。

攻坚克难，赋能绿链可持续

当前，全球可持续发展格局正经历深刻的分化与重构，可持续转型已成为决定企业生存与竞争力的战略基石，是构建现代纺织产业体系的生态基座与价值底色。

传化智联股份有限公司纺化业务副总裁、全球应用技术总工程师金泽作纺织化学品可持续转型白皮书简介及绿色科技实践案例分享，白皮书的发布，是企业积极承担社会责任、搭建平台聚力共创的具体实践，希望能与行业共享可持续转型平台，通过提供可持续转型模式以及构建可持续生态体系，共同驱动纺织化学品产业链全链“绿动”，共赢可持续未来。此外，他还就锦氨白斑前处理解决方案，尼龙染固一体工艺、尼龙面料功能整理一站式解决方案、数码印花解决方案等进行了分享。

国家先进印染技术创新中心主任、东华大学化学与化工学院教授毛志平以“工艺创新驱动助剂减量化”为题，从印染行业的发展趋势、印染助剂的发展现状以及工艺创新驱动助剂减量化三个维度进行分享。他表示，中国印染行业发展至今已经从“有没有”“大不大”，走到了“好不好”“绿不绿”的新阶段。未来的升级，不能光靠换材料，更要靠吃透原理后的工艺再造，在质量、效率和环保之间找到最优解。

SUPER NATURAL 品牌面料开发总监蔡林颖发表题为“SN对生态纺织化学品的新要求”的演讲，提出“生态化学品是投资，不是成本”的核心理念。她认为，环保不等于昂贵，绿色化学品需将成本控制在传统方案可接受范围，共建“平价绿化”生态，让环保成为标配而非奢侈品。同时强调替代不是妥协，无氟拒水需兼顾性能与穿着体验，无酚抗菌对标传统化学方案，所有替代方案必须通过真实场景严苛验证。针对市场认知差异，她提出品牌要先行，需要以技术创新实现安全、性能、成本三者兼得，引领消费趋势，依托产业链优势推动中国品牌定义下一代全球绿色标准。

本次会议为印染行业“无氟无酚”转型指明了全链发力的方向，更是全产业链向绿色未来协同迈进的关键一步。在政策、标准、技术与市场的共同驱动下，通过技术创新、工艺优化与生态共建，将推动绿色化学品从方案走向实践，让向新向绿成为中国印染产业高质量发展的鲜明底色。TA

抢占纳米纤维科技竞争制高点

第四届静电纺丝非织造材料大会在沪举办

■ 苏密 / 文

4月11—12日，第四届静电纺丝非织造材料大会在上海举办。大会以聚势·链动·汇智为主题，聚焦静电纺丝宏量制备、纳米纤维材料创新与应用等核心议题。

中国纺织工业联合会副会长李陵申，大会主席、大会学术委员会主任、东华大学教授俞建勇，大会学术委员会副主任、天津科技大学教授程博闻，上海工程技术大学副校长许开宇，中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅，上海第二工业大学副校长、中产协静电纺丝非织造材料专委会主任丁彬等领导嘉宾及相关师生、企业代表近500人参会。大会由中国产业用纺织品行业协会主办，上海工程技术大学、东华大学、中产协静电纺丝非织造材料专业委员会承办。

聚势合力

“十五五”规划已将包括纺织在内的八大传统优势产业确定为“十五五”期间重点产业提质升级的重要方向。静电纺丝技术作为微纳米纤维制备的核心手段，是培育行业新质生产力的关键突破口。

李陵申致辞表示，静电纺丝纳米纤维宏量制备技术与装备已列入工信部2025年度重点产品、工艺“一条龙”应用计划方向清单，表明国家开始关注静电纺丝技术及其产品的发展态势，并着力推动静电纺丝纳米纤维产品在重点领域的应用。针对未来行业发展，李陵申建议，加强基础研究，坚持创新引领；深化产学研用，加速成果转化；强化产业链协同，提升竞争优势；聚焦需求导向，拓展应用空间。

我国静电纺技术已形成从原材料到应用场景的完整技术体系，应用领域从传统过滤、纺织拓展至医疗、新能源、环保等新兴战略领域，未来将向智能化、绿色化、高端化方向演进。俞建勇表示，从科技自立自强与创新驱动来看，静电纺丝技术是抢占未来纳米纤维科技竞争制高点、实现高水平自立自强的“先锋队”和“策源地”。从国家产业安全与升级来看，它是保障产业链安全、培育新质生产力的“稳定器”和“加速器”。从经济高质量发展与绿色转型来看，它是开辟增长新蓝海，践行可持续发展的“新引擎”和“催化剂”。

许开宇致辞表示，上海工程技术大学始终秉持“依托产业办学，服务经济发展”的理念，加快建设产业特色鲜明、世界一流应用创新型大学，构建“工程+管理+设计”学科交叉体系。纺织服装学院多年来深耕行业沃土，在高性能纤维、复合材料、数字纺织、绿色染整等领域，已形成了一定的技术优势。此次承办大会，为学校深化产教融合、提升科技创新能力提供了契机，将多方面促进产学研用深度合作。

丁彬致辞表示，静电纺丝技术正以突破性的增速重塑全球产业格局，静电纺丝非织造材料已渗透至生活的各个维度。丁彬建议静电纺丝领域研究者和企业家，以开放破壁垒，推动产学研医深度融合，让高校实验室的“奇思妙想”转化为产业链中的“大国重器”；以标准引方向，加快构建中国主导的技术评价体系，在全球竞争中掌握话语权；以人才筑根基，培养既懂材料科学又通工程技术的“多面手”。

静电纺丝纳米纤维的研究已从实验室探索加速迈向产业化落地与多场景深度融合。李桂梅在闭幕致辞中表示，静电纺丝材料体系不断拓展，纤维结构精确调控取得持续突破，在能源存储领域展现出卓越的结构优势，在环境应用方向高效助力生态文明建设，在生物医学方面成为静电纺丝技术更具生命力的拓展方向之一，为个性化医疗开辟了全新路径，同时静电纺丝非织造材料的发展也将呈现出系统化集成，绿色可持续发展和人本化与产业转化加速的趋势。



会议现场。

智汇前沿

大会邀请8位专家作主旨报告，设置5个分会场，9个场地，围绕静电纺丝新材料、新技术、新装置，静电纺丝非织造材料与能源、环境、生物医学、未来产业四个方向，共125位专家、学者、企业家同台报告交流，碰撞思想火花，启迪智慧灵感。

程博闻以“纳微纤维非织造材料创新与应用”为题，系统阐述非织造材料研发、技术与产业化概况。陕西科技大学副校长陆赵情聚焦“高性能纤维高温空气过滤材料结构创新与功能协同”，分享基于静电纺丝多级结构材料及其应用的前沿探索。华南理工大学教授王小英围绕“多功能甲壳多糖基海绵多孔材料的孔隙结构调控及其促愈性能研究”，探讨生物医用材料前沿方向。清华大学教授张如范介绍“高性能光热调控材料”的研发进展与应用潜力。

南开大学教授刘遵峰以“纤维捻曲的力量—人工肌肉、人造蛛丝、扭转制冷”为题分享了团队开发的多种人工肌肉纤维材料在软体机器人、智能医疗方向的创新应用。中国科学院苏州纳米技术与纳米仿生研究所教授张学同围绕“芳纶胶体气凝胶：设计、制备及应用”主题，探索气凝胶材料在红外隐身、电磁屏蔽等新兴领域中的应用前景。

清华大学教授伍晖作“超细纤维量产化技术的挑战和机遇”报告，聚焦微纳结构材料基础科学问题和环境领域应用等方向，针对超细纤维成型新方法新原理、超细纤维大规模制造难题、超细纤维的性能/功能及应用等问题开展研究。福州大学教授赖跃坤带来报告“仿生特殊浸润性先进功能纤维滤料及其多相分离应用”。

大会设置墙报展示环节，共有40余项最新研究成果，涵盖柔性传感器、辐射冷却、医用防护、高温隔热、油水分离等领域，充分展现了静电纺丝非织造材料在新兴产业领域的优越性。

链动价值

本次大会构建了全产业链对话平台，参会代表覆盖静电纺丝非织造材料全产业链，包括原材料、基础研究、技术创新、工艺生产、后处理、检测、终端应用，各环节深度对接，打破信息壁垒，促进技术共享与资源优化配置，实现产业链价值共生、协同发展的新格局。

近年来，静电纺丝行业专家和企业家取得了诸多成就，大会发布了在基础研究、技术创新、成果转化等方面作出突出贡献的学术带头人、青年科技人才和产业创新工作者，以示鼓励。他们分别是：苏州大学教授张克勤、中国科学技术大学教授余彦；东华大学教授刘一涛、上海工程技术大学教授辛斌杰；北京化工大学教授潘凯、联润翔（青岛）科技集团副总经理吴大伟。大会组委会还发布了20个大会优秀报告和20个大会优秀墙报。TA

“十四五”突破 50 万亿大关，我国消费发展迈上新台阶

■ 本刊记者_李亚静

“十四五”期间，我国社会消费品零售总额突破 50 万亿大关，发展体量持续迈上新台阶。2026 作为“十五五”规划开局之年，扩大内需是经济发展的首要任务，提振消费摆在优先位置。预计在居民消费内生动力提升和促消费政策生效的协同推动下，2026 年我国社会消费品零售总额将实现 4.5% 左右的平稳增长。



4 月 16 日，由中国商业联合会、中华全国商业信息中心主办的 2026 消费品市场发展大会暨第三十四届消费品市场商品销售统计结果发布会在北京召开。大会立足“十五五”开局之年，以“提质内需 再启新程”为主题，深入贯彻落实党的二十届四中全会和中央经济工作会议精神，全面解读 2025 年我国消费品市场运行情况，科学前瞻 2026 年市场发展形势，并权威发布 2025 年度消费品市场商品销售统计结果。

2025 年作为“十四五”规划收官之年，我国经济顶住压力、稳中提质，消费品市场实现规模跃升、结构升级、模式创新、韧性增强，稳居全球第二大消费市场，成为经济增长的主引擎与稳定器。“十四五”期间，我国社会消费品零售总额突破 50 万亿大关，发展体量持续迈上新台阶。预计在居民消费内生动力提升和促消费政策生效的协同推动下，2026 年我国社会消费品零售总额将实现 4.5% 左右的平稳增长。

中国商业联合会党委书记、会长王民在致辞中指出，党的二十届四中全会与“十五五”规划明确坚持扩大内需战略基点，《政府工作报告》连续两年将扩大内需置于首要任务，突出实施提振消费专项行动。立足“十五五”开局之年，行业应在国家战略框架下锚定发展目标，以内需确定性抵御外部不确定性，坚持惠民生与促消费结合、投资于物与投资于人结合，以新需求引领新供给、新供给创造新需求，建设强大国内市场。

会上提到，我国消费品市场发展将呈现六大趋势：一是市场将涌现出更多新业态新模式新场景；二是高科技将加快个性化、差异化消费发展；三是消费品市场将持续推进绿色低碳转型；四是融合化发展将进一步提升商业竞争力；五是优质名品加快涌现以适配升级需求；六是商业创新重心将转向提升情感价值。

会议发布了 2025 年度消费品市场商品销售统计结果。以波司登、安莉芳、爱慕、罗莱、梦洁、雅戈尔、杉杉、罗蒙、九牧王、七匹狼、比音勒芬、三枪、铜牛、雪伦、恒源祥、珍贝等为代表的企业，成为各行业高质量发展的中坚力量，为推动消费品市场持续向前向好发展作出了积极贡献。会上还解读了我国服装及家纺（床上用品为主）市场消费特点。

服装：品质提升推动消费额价齐升

一、限额以上单位服装零售额加快增长

在场景细分、品质提升、品牌升级等有利因素推动下，我国服装消费市场持续温和增长。2025 年，限额以上单位服装类零售额实现 11044.5 亿元，同比增长 2.8%，增速较上年加快 2.7 个百分点。

二、服装消费月度同比增速相对平稳

从各月增速情况来看，2025 年限额以上单位商品零售月度同比增速区间为 -2.2% 至 8.6%，服装商品零售额月度同比增速区间为 0.2% 至 6.8%，相比之下，服装消费增速相对平稳。

三、服装消费价格稳中有升

服装消费价格近年来呈现出相对较高的价格涨幅。根据国家统计局数据，服装类消费价格涨幅连续三年高于物价平均涨幅水平，2025 年服装类消费价格同比上涨 1.5%，高于物价平均涨幅 1.5 个百分点，全国重点大型零售企业服装消费均价同比上涨 3.5%，涨幅较上年提高 4.8 个百分点。

四、重点大型零售企业服装零售额降幅收窄

根据中华全国商业信息中心统计，2025 年，全国重点大型零售企业服装零售额同比下降 1.7%，降幅较上年收窄 3.2 个百分点；全国重点大型零售企业服装零售量同比下降 5%，降幅较上年扩大 1.4 个百分点。

五、户外服饰成为服装消费的重要增长点

滑雪、骑行、越野、登山等户外运动项目的快速兴起，使得户外穿搭逐渐升格为一种生活方式与社交符号，推动相关服饰产品向功能、时尚、舒适一体化方向演进，从而满足运动、通勤与社交等多场景穿搭需求，带动相关消费增长。

六、品牌全面系统丰富情绪价值

随着情绪经济持续壮大，服装品牌从产品设计、门店环境、购物体验、品牌宣传等方面，系统全面地提升情绪价值。具体措施包括：产品设计与功能迭代相结合，进一步提升服装带给人们的感官愉悦和身份认同；购物场所转型为融合自然与艺术的社交空间；购物流程从追求效率转向提升正面情绪等。

七、数智转型助力服装消费进入个性化发展新阶段

智能制造、推广柔性化与定制化是服装业发展的重要方向。服装设计将更多地融入健康监测、动态恒温、安全定位等数智功能；服装品牌将更精准地把握消费者的数据信息，大幅提升小批量、定制化生产效率，激活个性化消费潜力。

八、“体育盛宴 + 利好政策”将极大释放运动服饰需求

在利好政策与顶级赛事的共同促进下，冰雪、足球、综合运动、城市户外等运动健身领域将加快释放运动服、户外服消费需求，赛事同款、观赛穿搭、专业装备等运动服饰产品将实现热销。

九、品牌持续提升助推服装消费升级

《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》提出，培育一批原创能力强的独立设计师及品牌工作室，在服装鞋靴、箱包、黄金珠宝、手表等领域打造国际轻奢、高端品牌。服装品牌将坚持创新提升，不断推出更多品质好、功能新、知名度高、价格竞争力强的优质名品，助推我国服装消费市场持续向新向好发展。[1]

国际面料 采购中心

衬衫面料专营区

精纺细织

只为一件好衬衫

招商热线

0575-81181275
0575-81168126

招商地址

绍兴市柯桥区轻纺大道1881号
国际面料采购中心4区5楼招商推介处



波司登：光影交织下的时尚叙事

“多面登场”2026 北京国际电影节开幕大秀闪耀雁栖湖畔

■ 陈墨 / 文

在光影交织的电影叙事中，时尚总是如影随形。

4月15日，2026北京国际电影节光影风尚开幕大秀在北京雁栖湖畔拉开帷幕。本届北京国际电影节电影与时尚单元活动特邀中国时尚领军品牌波司登，以电影的光影为叙事基底，将镜头语言、银幕意境与时装设计完美融合，把时尚设计的创新巧思、电影艺术的浪漫质感融为一体，展现中国品牌对时代风尚的独特理解。

行走于山水间的无界融合

第十六届北京国际电影节电影与时尚单元，以“镜遇风尚·潮启新章”为主题，打破电影艺术与时尚美学边界，以光影为镜、文化为魂、风尚为形，构建一场兼具艺术高度、文化深度与时代温度的跨界盛宴。

今年，波司登再度携手北京国际电影节，用50年品牌匠心致敬光影艺术，凭借品牌影响力、产品创新力与时尚表达力成为本届官方唯一指定时尚功能服饰。由此开启的“波司登·多面登场”2026北京国际电影节光影风尚开幕大秀，正是这份合作的呈现。

“多面登场”既是秀名，也是波司登此次亮相的核心表达。“登场”呼应电影节开幕的聚光灯与红毯语境，强化品牌亮相仪式感；“多面”则对应品牌从都市到户外、从功能到风格的多品类矩阵，将时尚功能服饰的多元魅力融入电影美学语境，让实用功能与先锋设计成为文化表达的重要载体。

大秀选址雁栖湖畔，湖面波光、远山肌理、落日余晖与舞台背景浑然天成，将波司登本季产品“都市与户外无界切换”的理念化为沉浸式的感官体验。

波司登创始人、集团董事长兼总裁高德康表示：“电影是灵动的时尚，时尚是静态的电影。服装与电影都是满足人们对美好生活的向往。波司登将持续满足消费者对个性化、多元化的场景需求和多种功能性的穿着体验。”

核心系列诠释“多面”内核

本次大秀，波司登以高级产品线 AREAL、都市户外、高智通勤等核心系列，具象诠释“多面登场”的秀场内核。

作为1976年创立的国民品牌，波司登50年始终专注功能服饰研发与创新，产品收获超2亿用户青睐，屡获德国红点奖、ISPO全球设计大奖等国际殊荣，稳居行业领军地位。这场光影盛宴不仅是品牌时尚创意与研发实力的集中展现，更定格了波司登迈向世界领先时尚功能科技服饰集团的关键瞬间。

备受瞩目的高级产品线 AREAL 第二季，已于今年3月在香港 K11

MUSEA 完成全球快闪首发，波司登 ESG 全球形象大使郭晶晶等重磅嘉宾亲临现场助阵。该系列由品牌携手英国设计师 Kim Jones 共同打造，以东方实用主义哲学融合西方高级时装剪裁语言，凭借雕塑感廓形与叠穿式衣橱理念，重构当代功能时装表达新范式；都市户外系列紧扣“都市与户外无界切换”理念，融入前沿科技防护功能，兼顾自然场景适配性与日常造型时尚感；高智通勤系列则以简约利落的版型设计，精准覆盖商务办公、社交场合等多元场景。各核心系列浑然一体，全面展现波司登全场景时尚功能服饰的研发与设计实力。

“过去50年，波司登成为了中国羽绒服第一品牌，这不仅是一个里程碑，更是新征程的起点。”高德康表示。当电影节的光影秀场成为品牌表达的新舞台，波司登正以更国际化、更时尚化的姿态，将50年匠心与当代设计自信，留存在电影时空的记忆之中。

国际化视野下的文化自信

当前，波司登正在从国民羽绒标杆，成长为覆盖全场景、多元化的全球时尚功能服饰先锋，通过以全球视野定位品牌、以消费者需求为中心、以文化自信为内核的系统性升级，让时尚成为核心竞争力。

一方面，波司登以全球视野定位品牌，将自身基因与国际时尚深度融合，强化原创设计能力。2018年以来，波司登六次登陆纽约、米兰、伦敦、巴黎四大时装周，与高缇耶、高田贤三、“机能教父”埃尔森等大师推出联名系列，更与曾执掌 LV、Dior、Fendi 的 Kim Jones 合作推出高级产品线波司登 AREAL，获得时尚界和市场的双重认可。

另一方面，波司登根植中华优秀传统文化，以文化自信塑造品牌的时尚表达。从2018年以《富春山居图》为背景登上纽约时装周，到在米兰·达芬奇庄园呈现中国苏绣，再到巴黎“融”主题秀展现非遗与当代时尚的融合……这种在传承中创新和发展，又兼具国际视野的表达，让波司登在国际舞台上不断提升中国时尚品牌的话语权。

当今的电影已从胶片与银幕逐步走向数字化与科技的创新，这与服装行业从追求高科技面料到数字化生产的创新有异曲同工之妙。展望未来，高德康表示，波司登将持续加大研发投入，强化产学研合作，重点在面料创新、保暖防护科技创新，以及绿色环保产品等方面实现核心突破，构建科技创新的核心竞争力。同时，波司登还将加速推进 AI 等新一代数字技术在“研发设计、协同供应、生产制造、营销推广、渠道零售服务”等全链路的应用，以 AI 赋能企业经营管理提质增效，“未来，我们将不懈努力，一群人、一辈子、一件事，做最好的羽绒服，温暖每一位消费者的美好生活。”^[1]

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

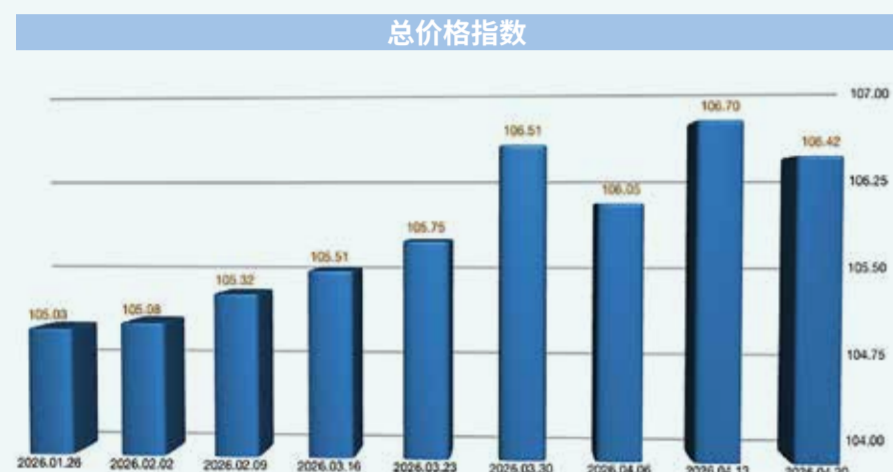
低碳节能 纺织行业新引擎



春市营销震荡回缩 价格指数环比下跌

20260420 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20260420 期纺织品价格指数收报于 106.42 点，环比下跌 0.26%，较年初上涨 0.96%，同比上涨 2.46%。



中国轻纺城春市营销震荡回缩，其中：原料市场价值量环比上涨，坯布市场价值量环比下跌，面料市场布匹价值量环比下跌，家纺类产品成交价值量环比回升，辅料类价值量环比下跌。

原料行情环比上涨，纯棉纱环比上涨，混纺类环比上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 92.73 点，环比上涨 0.28%，较年初上涨 6.37%，同比上涨 7.01%。

纯棉纱类行情环比上涨，混纺类行情环比上涨。近期，纯棉纱收报于 113.98 点，环比上涨 1.25%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比推升，价格环比上涨。气流纺 10S 纯棉纱报价 16450 元/吨，环比上涨 50 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报 23060 元/吨，环比上涨 60 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报 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。国产纯棉纱原料价格稳涨互现，实单成交局部增加，贸易商及纺纱厂出货增加，批量性实单价格环比上涨，织厂订单局部增加，小批量多批次订单环比增加，局部中小批量发货。

近期，混纺类指数收报于 100.13 点，环比上涨 0.33%。混纺类价格环比上涨，涤棉纱收报于 95.87 点，环比上涨 0.29%。涤棉混纺纱 T/C65/35 涤棉混纺纱价格报 17020 元/吨左右，环比上涨 20 元/吨。涤粘纱收报于 90.80 点，环比上涨 0.23%。T/C65/35 涤粘混纺纱价格报 13760 元/吨左右，环比上涨 10 元/吨。织厂按需补货，需求局部增加，下游混纺纱市场成交环比推升，价格环比上涨。

近期，其他化纤收报于 31.03 点，环比上涨 1.77%。氨纶市场成交环比增加，价格环比上涨。40D 氨纶丝报价 27500 元/吨，环比上涨 500 元/吨。锦纶行情环比推升，价格环比上涨。锦纶 POY 报价 16100 元/吨，环比上涨 50 元/吨；锦纶 DTY 报价 18300 元/吨，环比上涨 300 元/吨；锦纶 FDY 报价 16800 元/吨，环比上涨 300 元/吨。腈纶行情环比推升，价格稳涨互现。腈纶短纤报价 16200 元/吨，环比上涨 245 元/吨；腈纶毛条 3D 报价 16800 元/吨，环比持平。

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 116.86 点，环比下跌 0.72%，较年初上涨 1.91%，同比上涨 9.65%。

近期，坯布市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布价值量环比下跌。其中：化学纤维坯布指数收报于 104.84 点，环比下跌 1.98%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶经坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价值量环比下跌。

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 110.18 点，环比下跌 0.47%，较年初下跌 0.75%，同比下跌 0.25%。

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环比下降，面料价格指数环比下跌。其中：纯棉面料、麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、粘胶面料、涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料类成交量不等量下跌。

特色分类指数中：衬衫面料指数收报于 118.75 点，环比下跌 0.86%，同比下跌 3.25%；茄克衫面料指数收报于 119.97 点，环比下跌 0.91%，同比下跌 3.48%；染色工艺面料指数收报于 114.37 点，环比下跌 0.44%，同比下跌 1.44%；印花工艺面料指数收报于 116.33 点，环比下跌 1.65%，同比下跌 0.69%；防水性面料指数收报于 109.33 点，环比下跌 1.80%，同比上涨 2.28%；防风性面料指数收报于 105.50 点，环比下跌 1.06%，同比上涨 2.92%。

家纺市场环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.06 点，环比上涨 0.24%，较年初上涨 0.16%，同比上涨 0.24%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，家纺市场行情环比回升，整体市场价格环比上涨。创新色洋花型面料现货成交量和订单发货量环比推升，兼具时尚元素的创意产品现货成交量和订单发货量环比增加。其中：窗纱类收报于 101.62 点，环比上涨 0.63%；工程窗纱类收报于 101.86 点，环比上涨 2.01%；提花窗帘收报于 101.05 点，环比上涨 0.08%；化纤家纺面料类收报于 92.43 点，环比上涨 0.06%。

市场行情环比回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期辅料类价格指数收报于 111.04 点，环比下跌 0.57%，较年初上涨 0.25%，同比上涨 0.48%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。其中：带类收报于 122.64 点，环比下跌 0.02%；挂球和挂钩类收报于 98.21 点，环比下跌 5.61%；窗帘轨道收报于 91.38 点，环比下跌 2.77%。

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。4月下旬，因部分贸易商和织造厂家创新产品订单将有所增加，后市春夏季面料供给将有所推升，春夏季面料现货成交和订单发货将局部小增，印染企业产出将环比小增，预计创新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

北自科技
— 交付美好 —

智能物流系统

解决方案供应商

股票简称：北自科技

股票代码：603082



北自所（北京）科技发展股份有限公司（简称“北自科技”，股票代码：603082）主要从事智能物流系统的研发、设计、制造与集成业务，基于自主开发的物流装备、控制和软件系统，为客户提供从规划设计、装备定制、控制和软件系统开发、安装调试、系统集成到客户培训的“交钥匙”一站式服务，是一家智能物流系统解决方案供应商。

公司坚守“让物流更准更快更简”的企业使命，秉承“交付美好，追求卓越”的经营理念，聚焦高质量发展为主线，以智能仓储物流为基础、智能生产物流为发展方向，推进以智能物流为核心的智能制造，助力我国制造业的数字化、智能化转型升级，着力将公司打造成为世界一流专精特新示范企业，全面提升企业价值创造能力，实现可持续发展。

（以上数据由企业提供）

1个
国家科研开发基地

4个
省部技术研究中心

30+
行业解决方案

1000+
成功案例



北自所（北京）科技发展股份有限公司

地址：北京市西城区教场口街1号3号楼 电话：010-82285818 邮箱：marketing@bzkj.cn 网址：www.bzkj.cn



2026 中国绍兴柯桥 国际纺织品面辅料博览会 (春季)

KEQIAO TEXTILE EXPO (SPRING), SHAOXING CHINA

5.7-9

浙江绍兴国际会展中心

Shaoxing International Convention & Exhibition Center



主要展品：纺织面料(辅料)、纺织原料、家用纺织品、服装、创意设计、纺织机械

展会热线：0575-81181389 85520065