

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

2026.5.25 | 第18期 | 总第1266期



P10
印花不止于印花，
一场大会透视产业跃迁逻辑



P22
康赛妮：诠释中国世界级
奢侈品品牌之路



中大门 广州 ZHONG
DA MEN

广州中大门, 时尚中国南大门.



帘启新程
智创未来

2026 (秋季) 全球居家纺织品生态时尚展 暨第十八届绍兴柯桥中国轻纺城 窗帘(窗饰)布艺展览会

2026 GLOBAL HOME TEXTILE ECO-FASHION EXHIBITION &
SHAOXING KEQIAO CHINA TEXTILE CITY
CURTAIN FABRIC EXHIBITION

2026
08/01—08/03
绍兴国际会展中心
Shaoxing International
Convention & Exhibition Center

展品涵盖窗帘窗纱窗饰、墙纸墙布墙饰、餐厨布艺、
卫浴布艺、沙发软体、户外布艺、相关机械设备等。

THE EXHIBITS COVER CURTAINS, WINDOW SCREENING AND WINDOW DECORATIONS, WALLPAPERS,
WALL COVERINGS AND WALL DECORATIONS, KITCHEN AND DINING TEXTILES, BATHROOM TEXTILES,
SOFA UPHOLSTERY, OUTDOOR TEXTILES, AND RELATED MECHANICAL EQUIPMENT.



官方微信公众号
了解更多资讯

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/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

热线电话

总 编 室: 010-85229395 新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229026 传 真: 010-85229422

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS

广告发布登记通知书号: 京东工商广登字20170146号

出版单位: 《纺织服装周刊》杂志社有限公司

地址: 北京市东城区东四西大街46号院(100711)

定价: 每期人民币12元

日本合作媒体: 纤维News

印度合作媒体: Inside Fashion

欧洲合作媒体: TEXTILE

台湾地区合作媒体: 中国纺织网

承印: 北京威德印刷有限公司

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*

86家单位共建“新质纺织”育人共同体
参展报名突破往届同期水平

08 关注 *Attention*

定调！国家释放纺织服装“十五五”升级核心红利

10 特别报道 *Special*

印花不止于印花，一场大会透视产业跃迁逻辑

12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

从2026柯桥时尚周(春季)窥见中国纺织的“光合”力量
一线连世界，数字链全球

2026中国纺织品牌创新发展培训会在柯桥举行

16 针织 *Industry*

院士把脉具身智能，企业分享出海经验
中国针织工业协会第八届第二次理事会议在江阴召开



18 院校 *College*

35年校庆+30年赛事：江西服装学院“双庆”巡展诠释育人定力
十二载如约，以秀见深耕

20 观察 *Observation*

从上市公司一季报看纺织经济“K型分化”

22 一线 *Frontline*

“康赛妮四宝”焕新登场，诠释中国世界级奢侈品品牌之路

24 品牌 *Brand*

五十年匠心启新程，传递中国品牌温暖力量
玖姿安娜蔻的独立产品逻辑：定义“被设计的松弛”

26 指数 *Index*

春市营销略显回缩 价格指数环比微跌



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

AI APPLICATION AI 下沉

在前不久柯桥纺博会上，一款“AI布”智能体3.0的首次亮相吸引了万人关注。据了解，这是中国轻纺城推动“AI+纺织”深度融合的核心载体，模型汇集了超100个数据集、逾3亿条高质量产业数据。

无独有偶，此前，杰克科技签约人形机器人进缝纫车间，致景科技AI验布在浙江落地，更值得关注的是5月11日，工业和信息化部等五部门联合发文，明确在纺织全产业链推广AI视觉检测、智能质检机器人与行业大模型。不管是政策还是这些标杆案例，都让大家切实感受到了纺织行业的智能化，正从“试点探索”加速转入规模化普及阶段。

近年来，纺织企业普遍面临用工难、成本高、同质化竞争激烈等发展困局。人口红利消退、环保标准趋严、原料价格波动，多重压力叠加下，靠“人海战术”“低价跑量”的老路早已难以为继。行业企业不得不更多去思考：当利润被不断压缩，企业靠什么活下去？又能靠什么活得更好？

“数智化”便是一个优解。

行业企业密集布局智能制造，并非偶然之举，而是行业痛点倒逼、技术日趋成熟、政策全力加持三重力量汇聚下的必然结果。政策层面，顶层设计导向清晰，从行业标准建设到自主品牌培育等多项扶持举措接连出台，持续推动AI技术与纺织产业深度融合，助力行业智能化扩容升级。技术层面，AI技术已不再遥不可及，轻量化行业模型、标准化智能设备成本持续下探，中小企业用得起、落地快、易复制，智能化升级门槛大幅降低。市场层面，小批量、多款式、快交期已然成为市场主流需求，传统粗放的生产模式无法快速适配市场变化，唯有依托数据驱动、智能生产提质增效，才能稳固订单、守住利润。

从本质看，纺织智能化的核心是用数据替代经验、用智能设备替代重复劳动。AI验布可实现一人值守多台，疵点识别准确率更是远超人工，大幅减少疵品与人工成本；AI配色与工艺优化，将染色配方色差不断降低，并大幅缩短企业的研发周期；智能排产与供应链协同，则实现了订单流程透明可控，有效精准把控交货周期、压缩库存……这些不是未来畅想，而是当下正在车间发生的现实。

当然，智能化热潮之下仍需保持理性。目前AI技术在纺织行业全场景深度落地依旧面临全产业链路未打通、行业数据孤岛等现实难题。但不可否认，AI赋能实体经济的时代已来，能够积极主动拥抱它的企业势必能在提质、降本、快反、拿单方面持续收获，而观望不动的企业，则只会继续深陷低价内卷、用工难、利润薄的发展困境，不断丧失市场竞争力。

AI下沉，企业已无退路。

View point / 产经看点

今年1至4月份国民经济保持稳中有进发展态势。全国规模以上工业增加值同比增长5.6%，社会消费品零售总额164941亿元，同比增长1.9%。

——国家统计局

发票数据显示，今年前四个月全国企业销售收入保持稳步增长。工业销售收入同比增长6.6%，其中制造业、采矿业销售收入同比分别增长6.9%、6.4%，均保持较快增长态势。

——国家税务总局

国家金融监督管理总局近日发布的《关于做好2026年小微企业金融服务工作的通知》明确，2026年要充分发挥支持小微企业融资协调工作机制作用，推动小微企业金融服务“稳投放、优结构、提质量、可持续”，提升民营企业金融服务水平。

——经济日报

据国家数据局消息，我国正加快建设全国一体化算力网监测调度平台，目前，平台已将全国约七成智能计算算力纳入监测覆盖范围，可以为不同用户提供计算、存储、网络连接等服务方案。

——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

Focus / 聚焦

86 家单位共建“新质纺织”育人共同体

5月16日，新时代高校“新质纺织”育人共同体成立大会在东华大学松江校区举行。育人共同体汇聚11家行业组织、41所高校、30家龙头企业及4家科研机构，共86家单位携手共建，旨在落实教育科技人才一体发展要求，培育支撑纺织产业高质量发展的复合型拔尖人才，为纺织行业培育新质生产力注入强劲动能。

当前，中国纺织行业已实现从“跟跑”到“并跑”“领跑”的历史性跨越，整体跻身世界第一方阵。“十五五”时期，行业锚定国民经济支柱产业、共同富裕民生产业等多重价值坐标，聚焦科技、时尚、绿色、健康方向加速转型，高端化、智能化、绿色化、融合化发展趋势愈发显著，对复合型、创新型人才的需求愈发迫切。在此背景下，“新质纺织”育人共同体的成立，正是行业聚力共赢、全链育人的关键举措。

中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲在主旨报告中指出，育人共同体的组建是推动纺织行业新质生产力发展的重要探索。他强调，共同体需一体推进教育、科技、人才融合发展，平衡源头创新与产业应用、广度拓展与深度突破、当下培育与未来布局的关系，以人才兴盛赋能产业繁荣，助力中国纺织业书写高质量发展新篇章。

上海市教卫工作党委副书记顾红亮表示，东华大学聚焦“新质纺织”组建育人共同体，是高校思政教育改革、教育科技人才协同发展的重要实践。他要求共同体突出思想引领，深挖纺织行业精神内核，厚植师生家国情怀；发挥协同优势，创新实践育人范式，共建共享创新实践基地；深耕文化传承，挖掘红色文化与工匠精神，引导青年学生坚定文化自信，投身纺织强国建设。

上海市松江区委副书记、区长王靖表示，松江区将全力支持共同体建设。她期待共同体成为新技术转化器、新人才锻造炉、新生态连接点，推动科研成果落地转化，为长三角产业发展输送卓越人才，集聚创新资源



会议现场。

源助力区域高质量发展。

东华大学党委书记刘淑慧表示，建校75年来，东华大学始终与纺织行业同频共振、协同育人。此次牵头组建共同体，是纵深推进立德树人工程、响应新型工业化建设的战略之举。共同体将重构育人逻辑，构建全领域育人新生态，坚持培根铸魂、深化产教融合、强化服务贡献，践行“教育强国、纺织大有可为”的时代宣言。

会上，与会领导嘉宾共同为育人共同体揭牌，并发布六大建设行动，涵盖思政领航、产学研协同育人、实践育人、文化传承、国际拓展、育人能力建设六大维度。现场同步发布“锦绣中国 强国有我”联合倡议，号召纺织学子勇担时代使命，投身新质生产力发展与纺织强国建设。

成立仪式后，系列配套活动有序开展，包括产教融合研讨会、纺织学科建设论坛、协同育人专题研讨会、现代纺织产业学院揭牌仪式及行业专场招聘会等。未来，共同体还将拓展国际视野，推动全球纺织教育资源共享，助力纺织产业可持续发展。（综编）

盛泽国际纺织城开工，“货车上楼”“无人机吊运”来了

近日，盛泽国际纺织城项目正式开工建设。该项目总投资超12亿元，其中一期项目预计2027年底竣工交付，建成后将成为中国东方丝绸市场有机更新的里程碑式项目，为盛泽纺织产业转型升级注入强劲动能，助力区域纺织产业高质量发展。

盛泽国际纺织城地处中国东方丝绸市场核心腹地，是推动市场迭代升级、焕发产业新活力的重要载体。项目总占地面积125亩，总建筑面积超20万平方米，整体定位为高端纺织成品面料销售与现货批发核心枢纽，致力于打造集纺织贸易、品牌展示、智慧物流、商务配套等多功能于一体的世界级纺织产业综合平台。项目规划建设智慧仓储、联排贸易总部、双拼贸易总部、商务配套酒店四大核心功能区，构建“商业+办公+仓储”一体化运营模式，打造现代化、集约化纺织专业市场，推动纺织贸易从分散经营向规模化、集约化、高品质方向转型。

据悉，项目以“科技、绿色、时尚”为发展引领，创新采用“货车上楼”“无人机吊运”等智慧物流新模式，实现商铺与仓库无缝衔接，大幅提升货物周转效率，有效降低商户运营成本，让纺织贸易更高效、更便捷。

下一步，盛泽镇将以盛泽国际纺织城建设为重要契机，持续优化中国东方丝绸市场功能布局，加快推进市场有机更新，推动线上线下贸易深度融合，不断完善纺织产业生态链条，全力推动纺织产业高质量发展，奋力谱写盛泽纺织产业转型升级、乡村振兴协同发展的新篇章。（江磊）

Expo / 展会

参展报名突破往届同期水平

2026 国际纺织机械展览会全球观众邀约全面启动

在全球纺织业加速迈向智能化、绿色化、融合化的关键节点，2026 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会正以超预期的行业号召力，强势来袭。本届展会将于 2026 年 11 月 20 日至 24 日在国家会展中心（上海）举行。截至 3 月 24 日，参展企业数量与签约面积双双突破往届同期水平，展现出全球纺机产业对中国市场及亚洲制造高地的持续关注。

作为亚洲纺机领域规模最大、影响力最强的行业旗舰盛会，本届展览会将覆盖纺纱、化纤、织造、针织、印花、染整、非织造、绣花、服装、编织、再循环、测试、包装等全产业链纺织机械设备、部件与纺织化学品展品，集中展示纺织全产业链最新装备技术及解决方案，为全球业界搭建高效务实的合作交流与商贸对接平台。

同时，本届展会围绕行业发展大势，特别新增纺织增强复合材料装备、纺织品循环再生技术与系统、产业数字化平台与全流程自动化解决方案、产品全生命周期可追溯系统等新兴板块。这些展区不仅是技术展示的窗口，更是洞察市场、抢占先机的战略高地，为全球纺机用户提供系统化、前瞻性的技术示范与模式参考，助力行业把握结构性机遇、实现可持续发展。

截至目前，恒天、朗维、泰坦、村田、巴马格、TMT、中丽、宏源、北自科技、日发、贝斯特、环球、卓郎、立达、必佳乐、意达、多尼尔、卡尔迈耶、史陶比尔、范德威尔、圣东尼、岛精、慈星、恒天立信、远信工业、三技工业、宏华、柯尼卡、爱普生、特吕茨施勒、迎阳等国内外领军企业均已报名参展。国内外行业领军企业将齐聚一堂，在展会现

场集中释放数字化、智能化及绿色制造的最新发展成果。

为提升全球专业观众的观展体验与采购效率，本届展会专业观众预登记系统将于 2026 年 5 月 25 日正式开通，并持续至 11 月 19 日 24 时。专业观众可通过展会官网（www.citme.com.cn 或 www.itmaasia.com）或官方微信服务号“国际纺织机械展览会”完成参观注册。

目前，展览会观众组织工作已全面展开。本届展会的观众组织工作采取“线上+线下、多语种、全覆盖”的精准推广策略。数字营销渠道方面，多语种推广将分批次触达全球目标观众，结合行业媒体、国内外社交平台及合作渠道高频推送展会动态，并在重点产业集群、园区、市场区域开展针对性推广。

海外观众组织方面，主办方以“请进来+走出去”双轮驱动，深入全球重点纺织市场精准对接核心买家。4月中旬已经率先于印尼雅加达、日本东京开展了两场富有成效的宣传推介活动，现场效果良好。后续，主办方除继续深耕印度、巴基斯坦、孟加拉国、土耳其等传统纺机用户市场外，还将重点拓展埃及、马来西亚、越南、南非、巴西等目标市场。通过行业交流、定向推介、新闻发布会及园区企业拜访等形式，向海外纺织行业协会商会、采购商联盟及重点纺机用户精准进行推介宣传。

依托展会强大的行业影响力，本届展览会的团组邀约工作已率先启动，并持续收到海内外意向团组报名。国际团组邀请面向海外百余个商协会、行业组织及广大纺机用户企业，国内数十个参观采购团也在积极沟通筹划中。（白宏）

Direct / 直击

户外运动消费总额超万亿元，纺织服装成为最具增长潜力核心赛道

5月16日，《“小众运动体验”走向“大众生活方式”——户外运动消费发展及趋势报告》在浙江金华举行的中国国际露营大会上发布。《报告》显示，2025年，我国户外运动消费人次超8亿，户外运动消费总额超1万亿元。

《报告》显示，在政策加持、消费升级与大众健康生活理念转变的多重驱动下，户外运动彻底跳出专业圈层，从小众体验进阶为全民日常生活方式。消费需求也从基础功能穿戴，加速向生活化、社交化、场景化全面升级，直接重塑纺织服装行业产品研发、生产制造与市场布局逻辑。

在此基础上，户外运动产业链条加快延展，逐步形成覆盖上游原料供应、中游产品服务、下游分销渠道和终端消费者的完整生态，其中2025年中国运动鞋服行业市场规模达5989亿元，抖音户外话题播放量达5760亿次，户外运动消费人次超8亿。纺织服装产业成为最具增长潜力的核心赛道。

业内专家分析，未来纺织服装户外赛道将呈现面料科技升级、场景细分深耕、国潮品牌崛起三大趋势。轻量化、防水透湿、抗紫外、恒温等复合功能面料研发将成为企业核心竞争力；露营、徒步、骑行、通勤等多元场景持续拓宽消费边界；伴随文旅深度融合，预计2026—2028年国内户外纺织服装市场年增量将保持百亿级，为传统纺织企业转型升级提供广阔空间。（郝杰）

拓展多元市场
成就无限商机

intertextile
SHENZHEN apparel fabrics

大湾区国际纺织面料
及辅料博览会

2026.6.9 – 11
深圳会展中心(福田区)

纺织旗舰盛会
实力领航未来

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

中国国际纺织面料及
辅料(秋冬)博览会

2026.8.25 – 27
国家会展中心(上海)

官网报名: www.intertextile.com.cn

参展联系: 010 - 8522 9819 / 9062

参观联系: 010 - 8522 9881

官微订阅号

开栏语：2026年是“十五五”开局之年，国新办“开局起步‘十五五’”系列发布会密集召开，部委专场与地方专场同步释放重磅政策信号。《纺织服装周刊》特开设“纺织‘十五五’地方风向标”栏目，聚焦纺织服装行业相关核心发布，拆解政策要点、地方实践与落地路径，为行业从业者提供权威、可落地的参考。

纺织“十五五”
地方风向标

综述篇

定调！国家释放纺织服装“十五五”升级核心红利

■ 本刊记者_郝杰

作为事关民生福祉的传统优势产业，纺织行业紧贴国家“十五五”发展大局，立足惠民生促消费发展方向，迎来多重政策赋能。工业和信息化部以绘蓝图、优供给、强赋能为发力点，持续完善产业发展规划，升级行业标准，培育特色产业增长点；引领行业深耕健康、国潮、适老等热门消费赛道，深耕精品优品供给；借力人工智能等数字技术赋能产业转型，让传统纺织产业焕发全新活力。

“今年一季度，我国规模以上工业增加值同比增长6.1%，31个省份全部实现正增长，行业增长面超八成，工业对经济增长的贡献率近四成。”今年4月，工业和信息化部向社会介绍今年以来工业系统整体情况时评价说，2026年一季度我国工业经济运行整体回升向好，工业大盘持续走强。工业经济运行稳中有进，发展动力进一步增强；产业科技创新走深走实，增长潜力进一步激发，人工智能等新技术在消费品行业应用加速拓展；先进制造业步伐加快，产业活力进一步释放。当前外部环境不确定性上升，但我国产业体系全、产业韧性强、市场规模大，工业经济平稳向好的基本面不会改变。

运行韧性突显，实现平稳起步开局

工业大盘持续走强，为纺织行业平稳运行奠定了基础。纺织行业充分发挥完备产业体系的高效运转优势，迎难而上，积极开拓内外市场，优化调整产销节奏，国际因素对行业平稳运行的负面影响得到有效控制，一季度行业生产、内销、出口、投资等主要运行指标均实现正增长，总体上实现平稳起步开局。

从核心运行数据来看，纺织行业产能基础稳固，发展韧性持续显现。国家统计局数据显示，一季度规模以上纺织业、化纤业产能利用率分别为76.5%和84.7%，好于同期全国工业73.6%的平均水平。一季度，纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长3.9%，全产业链工业增加值均实现正增长。

出口端顶住外部压力实现逆势增长。根据海关总署最新统计，今年1—4月，全国纺织品服装出口911.3亿美元，同比增长0.8%。其中，



纺织品出口468.96亿美元，同比增长2.3%；服装出口442.3亿美元，同比下降0.9%。

内需市场活力持续释放，消费回暖态势显现。国家统计局数据显示，一季度全国居民人均衣着消费支出同比增长5.6%，高于上年同期4.4个百分点。同期，我国限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长9.3%，增速较上年同期提高5.9个百分点。

精准施策护航，夯实产业高质量发展根基

消费品工业是我国传统优势行业 and 重要民生产业，一针一线都是民生，关系人民群众幸福生活。纺织行业紧扣国家“十五五”规划部署，以惠民生、促消费为导向，迎来系统性政策加持。工业和信息化部以绘蓝图、答题、做文章为总抓手，为纺织行业“十五五”良好开局在政策上保驾护航。

绘好规划新蓝图，筑牢产业发展底座。工业和信息化部落地“十五五”轻纺高质量发展相关政策，出台纺织行业标准升级行动方案，培育历史经典产业等新增长点，推动政策落地生产一线，打通产业发展堵点。

答好供需必答题，优化消费品供给体系。聚焦健康、国潮、适老、妇幼、文创等细分赛道，丰富“小而美、小而精、小而特”优质产品供给，构建个性化、品质化消费新格局。加快落实增强消费品供需适配性实施方案，系统推进中国消费名品方阵建设。

做好体验大文章，深化智能技术赋能。深入实施“人工智能+三品”专项行动，布局消费品专用大模型与高质量数据集，推广柔性生产、个性化定制新模式，打造沉浸式消费场景，以科技赋能民生消费升级。推动人工智能技术提升百姓消费体验，让科技更有温度、消费更有意愿、生活更有品质。

标准引领升级，推动产业从规模优势迈向体系优势

标准不仅是技术规范，更是创新驱动的“通用语言”。纺织标准作为纺织工业发展的技术基础，在产品结构调整、产业转型升级中起到支撑引领的关键作用。《标准引领纺织工业优化升级行动方案（2026—2028年）》提出，按照“标缺必补、标低则提、标优重贯”的思路，到2028年，制修订多元适配、数字转型、绿色低碳、健康安全等标准300项以上，纺织标准供给能力全面提高；加快开展行业科技成果先进



纺织行业将迎来多重政策赋能。

性、适用性和扩散性评估，推动先进适用的科技成果标准转化，加强标准制修订与技术创新联动；开展重点标准实施情况监测分析，标准供给质量稳步提高，标准执行实施更加有力；制修订国际标准10项以上，国际标准转化率持续保持在85%以上，国内国际一致性稳步提升。

中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲认为，标准不仅是技术规范，更是绿色转型、科技自立、责任担当与制度创新的系统集成，旨在推动中国纺织业从“规模引领”向“体系优势”跃迁。

如何把行动方案落地，工业和信息化部提出统筹运用现有资金渠道，将重点标准制修订单位纳入国家产融合作平台，引导重点企业提高标准化工作意识，促进社会资本向标准化领域集聚。积极对接有关部门，支持引进和培养具备跨专业领域背景和国际视野的复合型人才，推动标准制修订工作纳入职称评价指标体系，加快建设多层次标准化人才梯队。各地相关部门、行业协会等加强组织落实，优化标准化工作机制，加强标准需求收集，鼓励有条件的地方加大标准化工作奖补力度。持续加强上下游衔接和各层级协调，充分发挥行业标准化技术组织在标准初审、研制修订、推广实施等环节的作用，建立健全各方对纺织标准化工作的反馈机制，合力推进各项任务落地。

品牌培育提速，加快实现中国产品向中国品牌跃升

在全球产业格局深度调整与国内消费持续升级的背景下，品牌建设已成为推动经济高质量发展的关键动力。系统推进中国消费名品方阵建设是当前推动产业升级、扩大内需与提升国家品牌竞争力的重要战略举措。该工作以培育具有国际影响力、市场认可度高的消费品品牌为核心目标，通过分类指导、多级联动与资源整合，构建层次分明、优势突出的品牌发展体系。

工业和信息化部等五部门联合印发《纺织服装卓越品牌培育行动方案（2026—2028年）》，提出通过强化品牌培育关键要素，进一步满足人民群众日益增长的美好生活需要，推进商标品牌建设，打造一批具有中国特色并被国际消费市场广泛认可的纺织服装品牌，加速由中国产品向中国品牌转变。到2028年，纺织服装品牌的竞争优势和市场影响力显著提升，培育不少于25个纺织服装卓越品牌。

工业和信息化部明确支持各地区结合实际和特色优势，持续提高纺织服装品牌建设公共服务能力。推动行业协会商会、智库机构等深入开展纺织服装品牌战略研究、品牌价值评价，加强品牌推广与交流对接，



发挥桥梁纽带和服务支撑作用。

孙瑞哲表示，五部门联合发文，聚合产业政策、人才培养、市场监管、传播推广与知识产权保护等关键资源，为品牌成长构建了更加系统完善的制度环境与要素支撑，充分体现了国家对纺织服装品牌建设的高度重视与战略谋划。

为推进方案落地，行业将在建立“纺织服装卓越品牌”入库培育机制、开展品牌建设诊断服务、开展品牌故事征集推广、搭建公共服务平台、推进文旅活动与品牌消费深度融合、加大品牌人才培育力度等六个方面开展工作。

数智深度赋能，激活产业转型新动能

人工智能加速与实体经济深度融合，深刻改变制造业生产模式和经济形态，成为驱动产业升级、重塑全球格局的关键变量。依托国家《“人工智能+制造”专项行动实施意见》顶层规划，纺织服装行业正加快全链条智能升级。

《意见》提出，到2027年，我国人工智能关键核心技术实现安全可靠供给，产业规模和赋能水平稳居世界前列。推动3—5个通用大模型在制造业深度应用，形成特色化、全覆盖的行业大模型，打造100个工业领域高质量数据集，推广500个典型应用场景。培育2—3家具有全球影响力的生态主导型企业 and 一批专精特新中小企业，打造一批“懂智能、熟行业”的赋能应用服务商，选树1000家标杆企业。建成全球领先的开源开放生态，安全治理能力全面提升，为人工智能发展贡献中国方案。

具体到纺织服装行业，要提升纺织服装领域个性化设计与高效生产能力。打造面向服饰行业的智能化产品规划平台，深度挖掘海量消费数据，利用数据分析决策大模型实现服饰产品热点快速识别与响应方案设计。通过集成物理引擎与3D生成大模型，打造个性化设计与虚拟试衣系统，提升消费者购物体验。推动部署自适应生产系统，实现微米级纱线张力监测与疵点自修复，提升产品良品率。研发基于多光谱智能识别的废旧纺织品智能分拣技术及装备，提高再生资源利用率。以数智技术重构产业底层逻辑，为纺织产业长远发展积蓄新势能。

工业和信息化部还遴选了一批工业互联网与重点产业链“链网协同”发展的案例，纺织服装领域上榜的四个案例形成了AI赋能创新、5G驱动智造、平台贯通全链、服务拓展价值的纺织服装链网协同新模式。下一步，行业将以典型案例为示范，加快推进中小企业上云用网，深化数字技术与产业深度融合，推动产业高端化、智能化、绿色化升级，持续巩固我国纺织服装产业全球竞争优势，以新质生产力赋能传统产业焕发新活力。

当前，全球环境复杂多变、国际竞争日趋激烈，我国纺织产业凭借完备的产业体系、强劲的发展韧性与庞大的内需市场，叠加政策精准引导、标准体系健全、品牌持续培育、人工智能深度赋能，正稳步迈入高质量发展新阶段。

2026年作为“十五五”规划开局之年，纺织行业立足国民经济支柱产业、共同富裕民生产业、内外融通优势产业、传承创新未来产业的定位，锚定中国式现代化建设目标，聚力攻坚突破，为国家稳增长、促消费、扩内需注入更强纺织动能。TA



大会着力探寻从工艺突破到系统协同的进阶路径。

印花不止于印花， 一场大会透视产业跃迁逻辑

本刊记者_董笑妍

印花作为印染产业链中连接设计与制造的关键一环，其技术迭代与模式创新，深刻影响着从潮流趋势到个性化定制的全链条价值重构。当白墨烫画（DTF）、成衣数码直喷印花（DTG）、水性环保材料等新技术从实验室走向规模化应用，一场围绕数智与质量的行业革新已然拉开序幕。

5月13日，浙江东阳，“2026 服装服饰印花发展大会”如约而至。本次大会以“数智印花·质赢未来”为主题，汇聚政、产、学、研多方智慧，聚焦前沿装备与墨水、智能化印花产线、水性环保印花材料、潮牌服饰印花需求等核心议题，探寻从工艺突破到系统协同的进阶路径。中国印染行业协会携手行业领军企业、科研院所等，共同搭建起服装服饰印花产业沟通、交流、合作的高端平台。

中国印染行业协会会长林琳在致辞中指出，服装服饰印花行业正处于转型升级、提质增效的关键期。当前，品质化与多元化成为消费市场最鲜明的特点，同时，数字化与绿色发展也成为行业转型的必然趋势。为此，行业企业需聚焦以下三点：第一，聚焦消费升级，以创意设计为核心、技术创新为支撑，深挖国潮、非遗、自然肌理及IP联名等元素，推动印花设计与服装款式、品牌内涵深度融合，适配多元消费场景。第二，围绕数字赋能，推动AI技术与印花设计、生产深度融合，利用人工智能生成图案、实现智能配色与虚拟打样，并推进车间智能化升级，打通全流程，构建柔性生产体系，充分彰显小批量、快反应的优势。第三，坚持低碳发展，走绿色转型之路，推广应用低VOC环保染料、生物基可再生浆料及绿色可降解辅料，加快有毒有害化学品的绿色替代，以绿色转型夯实产业根基。同心则智远，聚力则功成，行业需深化协作，加强经验互鉴。

潮流牵引与协同创新

站在消费升级与柔性制造的交汇点，时装业的快速更迭对印花工艺提出了“小单快反、环保低碳、风格多元”的全新要求。与此同时，产业链上下游的协同创新，正成为驱动行业可持续发展的关键引擎。

宁波锐奇品牌管理有限公司设计经理李彦霞在“2026—2027年

度潮牌服装服饰流行趋势 & 印花需求”分享中表示，中国潮牌服饰的流行趋势与印花需求，正由市场、文化与技术共同驱动。国潮与文化自信是核心动力，年轻消费者看重社交媒体的潮流导向和服饰背后的态度认同，所以未来两年，新中式街潮、韩系街潮与街头极简风等将成为主力风格。在此基础上，印花设计需满足四大核心需求：极致个性化与快速迭代、精细度和视觉表现力、环保可持续、耐用性与穿着体验。在技术上，AI正深度赋能设计：通过关键词生成海量创意，支持消费者一键定制，并能预测趋势和快速出稿，将传统2—4周的印花周期缩短至3—4天，同时DTF和DTG技术能完美实现高精度、特殊质感及互动效果，助力品牌背后的文化叙事成为潮牌竞争的新势力。

当前服装印花行业正经历深刻变革，传统丝印市场份额持续缩小，取而代之的是通过多种工艺协同满足品牌对精致、柔软、透气及肌理感的新需求。广东臻源纺织有限公司印花厂高级经理邓助军在“以协同创新驱动服装印花行业可持续发展”主题分享中表示，未来的印花已不是单纯印图案，而要组合数码印花、烫钻、绣花等多种材料与工艺来完美呈现图形。企业需从设计端介入，利用AI辅助生成图形，并为不同风格（如户外功能、时尚女装）匹配对应的环保、温变等特殊浆料与立体工艺。在技术层面，大花型因不透水性正转向小而精设计，行业正呼吁开发既透气又能呈现完美图形的新材料。同时，可持续发展是核心，优先使用水性油墨，控制VOC排放，并改善车间环境以吸引留住年轻人才。最后，他表示，行业未来在于协同创新，品牌、印花厂、材料商与设备厂应联合开发，从定向解决客户痛点出发，而非单一买卖关系，共同完成从设计到成衣的制造环节。

材料革新与技术突破

从水性功能型胶浆到数码喷墨墨水，印花材料的每一次分子层面的创新，都在为终端产品的环保属性与呈现效果提供底层支撑。如何平衡牢度、手感与色彩表现？如何让墨水适应更快的打印速度与更多样的面料？产学研用各方的探索从未停止。

东莞市长联新材料科技有限公司副总经理卢杰宏在“水性功能型胶浆与粘合剂的研发与应用实践”分享中指出，高性能粘合剂是印花关键，当前涂料印花与活性印花效果仍有差距，这恰恰是进步空间。长联最新开发的粘合剂产品解决了四大痛点：网板操作性极佳，连续24小时不堵网；手感超柔软，接近仿活性效果；色彩鲜艳；湿擦牢度实现质的跃升，达到3级以上。在环保台板胶方面，针对平网圆网设备开发了可媲美油性产品的水性台胶，并创新推出可用喷壶喷涂的产品。在功能型胶浆应用上，长联与一线运动品牌合作开发了多项成果：温控胶浆实现高储能、轻薄不起拱且耐洗性好；有生物基与可降解胶浆，前者原材料源于植物，后者可被自然短时间降解；远红外保暖胶浆可调色，解决了石墨烯颜色单一的问题；遇水形变胶浆能在出汗后面料起拱，减少贴体面积，提升穿着体验；还有隐形高耐候防伪印花等。这些案例表明，传统印花材料领域仍有大量创新空间。

数码喷墨印花正从传统印花的补充角色跃升为行业变革的核心驱动力，其中荧光墨水因其防伪与时尚属性成为重要增长点。浙江工业职业技术学院副教授杨宏林带来“数码喷墨印花荧光墨水研究现状及发展趋势”分享，荧光墨水产生荧光的原理是材料吸收紫外线后发出波长更长的可见光。目前行业应用的荧光材料主要有四类：有机荧光染料价格低但不耐晒、易发生荧光减退；无机荧光材料稳定性好但颗粒易团聚；隐蔽性强荧光材料用于高端防伪；夜光材料可在黑暗中发光数小时。将荧光材料制成墨水需攻克分散技术、流变调控及配方协同三大关卡。当前产业化较成熟的荧光墨水包括涂料型、分散型和UV型，主要应用于运动户外服装、职业工装、夜店潮牌服饰及品牌防伪等领域。未来需要攻克的痛点包括光稳定差、易沉降、手感硬等。荧光墨水虽为细分品类，却连接着安全、时尚、防伪与环保四大社会价值。

当前印花工艺中，丝网印花仍占比约60%，但数码印花增长迅速。兄弟机械商业（上海）有限公司工业打印事业部销售经理徐雷作“服装服饰印花工艺和DTG印花趋势的探讨”主题分享指出，DTG直喷无需介质，透气性好，在棉面料上表现优异，尤其适合界面图案、线条图案及仿3D效果，在小单开发和一键起订方面较为方便。随着消费观念从大量生产转向小单快反和POD（按需打印）模式，个性化定制需求持续增长。年轻人不再一味追求品牌，更看重设计美感与个性表达，线上线下定制市场逐步扩大，同时政策也大力支持数码化发展。当前随着大型订单减少，客户更关注分散风险、提高柔性生产率。DTG在应对订单波动时具有灵活性：可通过多台小型设备匹配产能变化，投资风险低、利用率高。设备方面，公司原装进口的服装打印机采用自研打印头和墨水，保证稳定性，通过改装增大打印尺寸、推出仅打彩墨的浅色系方案等，可帮助丝印厂、椭圆机工厂及POD客户实现投资少、效率高、成本低的解决方案。

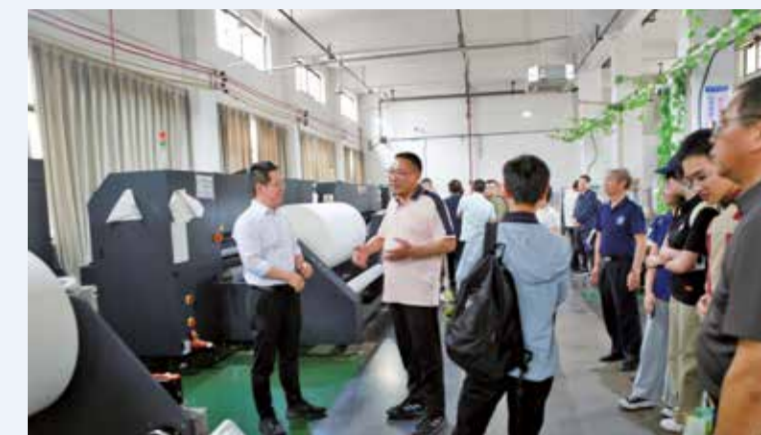
智能装备与工艺落地

智能化DTF印花装备的涌现，让印花从“高门槛、长周期”逐步走向“按需生产、即时交付”。而各类工艺在印花效果、成本效率、适用场景上的差异，也成为企业选择技术路线时必须理清的关键问题。来自装备企业与实战一线的经验，提供了可复用的答案。

广东宝采智能科技有限公司副总经理袁贤民在“智能化DTF印花装备研发与服装服饰应用”分享中表示，以95后、00后为代表的“Z世代”成为消费主力，推动行业向柔性生产、小单快反、绿色环保、智能制造及全球化布局五大趋势发展。在这一背景下，DTF白墨烫画工艺凭借不挑面料、色彩鲜艳、色牢度高等优势脱颖而出。该工艺无需制版、响应快、绿色低碳，且品质稳定，已在全球市场占据



会议现场。



与会代表前往工厂参观交流。

重要份额，尤其在美国和欧洲需求旺盛。从技术层面看，新型多头机实现了大幅宽、高产能与低能耗，内置净烟处理和智能温控有效解决了传统设备的异味与耗电痛点；白墨循环技术则克服了沉淀问题，确保深色面料上图案的精准呈现。目前，公司的这些材料和设备均已通过严苛的国际环保认证。展望未来，行业出海的新模式可概括为：中国设计、全球履约、全网销售，组成更高速、更智能、更绿色、更集成的软硬件一体化。

当前白墨烫画市场占有率较高，主要得益于设备占地小、投入低、定制化强且环保。浙江蓝宇数码科技股份有限公司销售总监胡文兵作“DTF墨水的创新研发与应用实践”分享指出，全球DTF墨水年用量已超7000吨，市场估值约10亿美金，预计2030年将达30亿美金。然而，该工艺仍存在粉尘、能耗、细节表现、手感偏硬及透气性不佳等痛点。基于此，公司正在研发免抖粉方案，思路是将抖粉所需的树脂直接加入墨水中，通过喷头打印实现，从而同时解决粉尘、手感、水洗牢度和打印细节等问题。目前项目处于开发阶段，已完成喷头打印胶水的初步测试，并与设备商合作进行软件更新，预计今年7月推出配套的机器、软件及耗材。初步测算，免抖粉方案的投资成本有望不高于现有DTF方案。

义鸟鲁邦科技有限公司总经理肖龙海在“DTF服装服饰印花工艺按需生产应用案例”分享中表示，POD（按需打印）不是单一模式，更像一种生态。其核心思路是快速响应订单：卖家无需提前备货，无需投入巨额资金，只需聚焦创意设计，将原创图案上传平台，对接供应链服务商。海外消费者下单后，由合作工厂生产并一件代发，实现轻资产、零库存、低风险、高灵活度的跨境运作。“Z世代”愿意为个性化支付溢价，使全球POD搜索量与日俱增，个性印花、全幅印花类服装搜索热度尤为突出。随着DTF设备持续升级，当下印花设备具有更快的速度、更高的精度和更稳定的色彩还原度。如今公司已在美国、日本设立工厂，巴西工厂正在筹备，未来还将在全球热门国家布局自有工厂，为电商卖家和品牌出海提供全链路支持。

本次大会由中国印染行业协会、金华市印花行业协会主办，中国印染行业协会服装服饰印花分会承办。中国印染行业协会副会长董淑秀主持本次大会。

研讨之外，本次大会还设置了实地参观环节，带领与会代表走进东阳城东进科印花厂、浙江洁米服饰有限公司，近距离了解先进工艺在生产一线的实际运行状态，汲取更多可落地经验。TA



如今的柯桥处处有时尚，步步皆潮流。

从2026柯桥时尚周(春季)窥见中国纺织的“光合”力量

■ 本刊记者_边吉浩



古运河水悠悠,流淌千年纺韵;东方米兰潮起,绽放国际风华。5月6—12日,以“光合”为主题的2026柯桥时尚周(春季)在绍兴柯桥举行。七天时光里,品牌发布秀、设计展、专业赛事、时尚沙龙、原创市集五大板块、三十余项时尚创意活动轮番上演。秀场与展馆联动、古韵与山野共生,产城人文深度交融,以聚光、赋能、共生的产业姿态,全方位释放柯桥纺织的创新活力,奏响中国纺织产业高质量发展的全新乐章。

作为中国纺织创新的核心承载地、全球面料流通的关键枢纽,柯桥从古运河畔“日出万丈绸”的商贸底蕴,到新时代“一块布赋能一座城”的发展格局,正加速向“世界级产业基地、世界级大市场、世界级科创平台”跃迁。本届时尚周汇聚全球设计智慧、集结产业创新力量、洞察消费趋势、引领产业升级、链接国际资源,从设计创新、场景融合、人才培养多维度发力,立体呈现柯桥纺织从面料制造到时尚创造、从产业集聚到生态共生的新高度、新突破、新未来。

聚设计之光:原创赋能锚定消费新趋势

当下国内时尚消费市场迈入结构性升级新阶段,功能性、场景化、个性化、可持续成为行业迭代核心赛道。立足市场变革风口,2026柯桥时尚周紧扣消费刚需、深耕产品创新,推动纺织服饰向功能适配、场景赋能、价值升级的全方位形态进阶,用原创设计激活产业增长新动能。

本届时尚周开幕大秀由安踏儿童重磅领衔,以“趣野·无界”主题拉开春季时尚盛宴序幕。深耕儿童运动赛道的安踏儿童,深度融合2026“柯桥优选”高品质功能性面料优势与品牌前沿研发科技,打造兼具童真美学、运动性能与户外实用性的服饰系列,全面适配日常出行、运动竞技、户外徒步等多元亲子生活场景,精准击中家庭户外消费升级热潮。体操奥运冠军陈一冰亲临助阵,以运动力量赋能时尚表达,让童真、运动与潮流深度交融,为纺织细分赛道创新提供鲜活范本。

不止童装户外热门赛道,本届时尚周设计版图覆盖男女正装、休闲潮服、宠物服饰等全品类细分领域,一众本土品牌与新锐设计力量各展所长、百花齐放:DAVIPOET、FUMENGKE等品牌以利落立体剪裁、简约流畅廓形,演绎都市轻奢时尚格调;踏云馆、牧人诗集等深挖东方美学底蕴,将刺绣、编织等非遗造技艺融入现代版型设计,让传统工艺焕发当代生机;HUDUNDUN、Rávlvmono等新锐潮牌贴合年轻审美,以大胆色彩、创意材质打造爆款单品,解锁潮流消费新范式。同时,绍兴理工学院、浙江工业大学之江学院等高校学子携原创作品登台,以天马行空的创意思维,为纺织时尚行业持续注入年轻新鲜血液。

从面料源头研发、材质科技突破,到终端版型设计、生活场景落地,本届时尚周以设计为核心驱动力,精准响应市场多元化、品质化需求,充分印证柯桥纺织以创新拓市场、以品质筑根基、以原创赢未来的核心竞争力。

启场景之变:全域共生开拓发展新空间

区别于单一秀场模式,本届柯桥时尚周打破空间与业态边界,以全域场景、跨界共生为特色,联动展馆、古镇、山野、市集多元场景,将潮流趋势、智能科技、非遗传承、自然美学深度融合,构建产、城、人、文一体的时尚产业生态,为行业发展解锁全新风向。

系列高规格主题展览集中亮相,构筑产业趋势风向标。“柯桥时尚·质造新纺”柯桥时尚设计展(春季)科学划分流行趋势发布区、科技智能创新区、柯桥优选推广区三大板块,权威首发2027春夏中国女装面料流行趋势,集中展示柯桥企业在时尚设计、智能纺织、绿色低碳领域的创新成果,直观彰显柯桥纺织区域品牌的硬核实力。

同步启幕的原创设计展、2027春夏WGSN未来面料趋势展、“非遗新韵,潮向未来”东方工匠非遗展、“未来已来:时尚的更新路径”主题展览,分别从国际设计共生、前沿趋势预判、非遗活化创新、产学研融合等维度发力,既释放色彩、材质、工艺的年度潮流风向,也诠释东方锦绣文化的传承与新生,更为全行业提供前瞻性设计思路与选材参考。

古韵与自然相融,让时尚落地生根。柯桥古镇白墙黛瓦、青石蜿蜒,千年古风与现代潮流碰撞出新的时尚张力。米可秋赋、众歌&吉元·风雅宋明等品牌登陆古镇发布新品,解构传统服饰制式、改良现代修身版型,让传统服饰美学适配当代生活场景,实现非遗文化的活化新生。

漓渚山野之间,绍兴瑾隆纺织以“源”为主题



开启户外大秀,简约柔和的剪裁、质朴自然的面料肌理,与山野光影、自然肌理浑然一体,呼应现代人返璞归真的精神诉求,打造出天人合一的时尚意境。

持续火爆的乔·见原创市集,更是纺都创意活力的集中缩影。市集汇聚非遗工艺、原创服饰、手工文创、生活美学等多元业态,为独立设计师、初创品牌搭建展示、交流、对接、合作的一站式平台,持续释放纺织产业的创意生命力。

多场景、全方位的时尚布局,让本届时尚周实现跨界融合、全域出圈,不仅彰显了柯桥“处处有时尚、步步皆潮流”的城市气质,更为国内纺织时尚产业指明了场景化落地、生活化渗透、生态化发展的全新路径。

集智慧之力:创新夯实产业升级新根基

本届柯桥时尚周聚焦智慧赋能、科创革新、人才培养,以数字化技术、专业智库力量、顶尖设计人才为抓手,持续激活原创创新活力,为纺织产业高质量发展夯实根基、积蓄动能。

系列高规格行业论坛与主题沙龙精准聚焦产业痛点、前瞻行业趋势。2026纺织面料设计创新会议紧扣消费洞察、场景应用、商业转化等热门赛道,深入探索AI数智化技术与时尚创意设计的融合新模式。“非遗新韵,潮向未来”非遗未来创新中心开业典礼暨论坛围绕非遗工艺活化、东方美学赋能等方面开展深度研讨,推动传统文化与现代纺织产业双向赋能。

“面料出海的AI实战:跨境智能体如何帮你找到客户”主题沙龙直击纺织企业获客难、研发慢、成交难三大痛点,助力企业搭建智能高效的跨境供应链体系。“未来已来:时尚的更新路径”主题沙龙探索科技创新、文化表达、社会价值融合的时尚发展新范式,推动行业走向产学研协同创新的全新阶段。

权威评选与专业赛事持续挖掘行业人才、激活原创动能。第十一届十佳纺织面料设计师及培养先进单位评选颁奖典礼圆满落幕,“金柯桥”奖、十佳纺织面料设计师等重磅奖项悉数揭晓。该评选持续挖掘、培育优质设计人才,让勇于创新的行业从业者成为推动柯桥纺织产业转型升级的中坚力量。2026第二届时装L'OFFICIEL杯&中国轻纺城国际设计大师赛以“重构未来”为主题,近三十位国际入围设计师携原创成衣作品同台竞技,参赛作品融合未来科技感与传统非遗底蕴,风格多元、创意纷呈,充分展现全球新生代设计力量的硬核实力,为柯桥纺织产业注入源源不断的国际创新动能。

本届时尚周更有巴西、意大利等多国顶尖面料与服装设计师入驻助阵,搭建起双向互通的国际交流平台。VDS“INSIDE US”国际设计师品牌联合发布中,国际设计师选用“柯桥优选”面料进行原创创作,是全球行业对柯桥面料品质、工艺水准与创新实力的高度认可。本土品牌与国际设计师碰撞灵感、互通理念,推动柯桥加速升级为全球时尚创意交汇核心。

值得关注的是,时尚周期间,中国轻纺城时尚设计协会正式成立。这一全新行业平台的落地,标志着柯桥时尚产业向专业化、规范化、集群化发展迈出关键一步,未来将持续整合本土设计资源、对接国际时尚体系,赋能产业长效创新。

以设计聚光、以场景赋能、以人才固本,2026柯桥时尚周(春季)完美诠释了纺织产业的“光合”真谛。站在产业迭代的新起点,柯桥正持续夯实世界级纺织产业集群优势,让优质面料被市场看见,让原创设计拥有展示空间,让产业升级落到实处,在建设国际纺都、智创新城、和美柯桥的发展征程中逐光而行、向新跃升。

一线连世界，数字链全球

浙江丝航信息科技有限公司积极推进国际化布局

本刊记者_王利 文/摄

当全球纺织产业加速重构，数字化浪潮席卷而来，柯桥这座“托在布上的城市”，如何更高效地将本土面料推向世界舞台？在国际形势复杂多变、供应链动荡不安、海外市场迷雾重重的背景下，中小企业又该如何破局出海？浙江丝航信息科技有限公司用“一线连世界”的愿景给出了自己的答案。

扎根柯桥雄厚的纺织产业基础，丝航正以整合全球面料辅料资源为支点，以数字技术为引擎，搭建起一座连接中外、贯通供需的产业桥梁。从面料辅料超市到设计师众创空间，从 Threadify 全球数字平台零成本入驻到海外本地化服务，丝航致力于线上线下相结合，以一根纱线、一块面料链接起全球产业链上下游，在“走出去”与“引进来”的双向奔赴中，打造全品类、一站式采购服务平台。

从柯桥到全球：线上线下交织的商贸网络

丝航的起点，源于对纺织产业链堵点与痛点的深刻洞察。走进中国轻纺城服装服饰市场五楼，一万平方米的“Threadify 全球原创设计人才数字化服务基地”映入眼帘。这里不仅集中展示了 200 余家柯桥本土纺企的数千款优质面料，更构建起一个集面料超市、设计师众创空间、中央版房、行业社交活动区等多功能于一体的产业综合体。

“我们要做的，是让全球采购变得像逛超市一样简单。”丝航行政总监尉李成说。这句话的背后，是一套线上线下深度融合的服务体系。

在线下，丝航的全球布局版图已覆盖英国、美国、日本、意大利、西班牙、印度、韩国、孟加拉国等近 10 个国家。全球展厅与海外仓库的设立，让各国面料产品实现了本地化服务。“当前，国际局势动荡导致部分客户联系困难、航运受阻，一些中小企业的出海之路举步维艰，而我们所有海外仓库常年备有几万米到几十万米不等的现货，为客户提供当地会客、即时看样、快速出货等一站式服务。”尉李成说道。更关键的是，丝航采用自营化贸易体系，无论海外客户账期多长，公司都会按约定向供应商付款，大大缓解了中小企业的资金压力。

在线上，Threadify 全球数字平台整合了全球优质纱线、面料、辅料等服装原材料资源，打通了供应商库存数据，采购商可实时查看库存状况。平台支持中文、英文、日文三国语言，并已实现线上支付。平台上的每一块面料都可呈现 3D 成衣视频预览，让客户在线直观感受面料质感与成衣效果，真正实现“所见即所得”。

“供应商只需通过资质审核，就能将产品上架平台，实现‘零



丝航致力于为柯桥纺企搭建起连接中外、贯通供需的产业桥梁。

成本入驻’。”尉李成介绍。与此同时，丝航会对供应商的价格、品质、研发实力等进行严格把关，确保每一款产品都经得起市场检验。目前，平台已整合国内近 400 家优质供应商的上万款产品，形成覆盖全品类的面辅料资源库。

对于柯桥纺织而言，这种“数字化平台+自营化贸易”的双轮驱动模式，为诸多中小企业打开了一扇通往全球市场的大门。而丝航的成效在短期内便得到验证——2025 年，公司成立不到一年，就助力柯桥纺企创造了近千万美金的销售额。杨世纺织、盛世天宇等多家入驻企业实现了业务增长与市场拓展，成为平台赋能本土纺企的生动缩影。

从面料到时尚：设计赋能构建创意生态

如果说全球资源整合与数字化工具是丝航的硬实力，那么设计人才则是它的软实力。以设计为纽带，丝航正积极推动柯桥纺织产业向时尚化转型、向高附加值跃升，加速创意设计从图纸走向市场的落地进程。

走进设计师众创空间，来自国内外的 10 余名新锐设计师正在这里忙碌。他们有的在电脑前进行 3D 制版，有的在讨论最新一季的面料趋势。丝航为他们提供了办公场地、面料找样、中央版房等全方位支持，让原创设计在柯桥这片产业沃土上生根发芽、开花结果。

“我们帮助柯桥纺织企业了解海外市场需求，同时整合国内外优质设计师资源，让‘柯桥面料’与‘全球设计’实现有效对接。”Threadify 全球设计总监蔡佩桦说。今年 3 月，来自印度 ATLAS SKILLTECH UNIVERSITY 的 19 名师生走进丝航，与中国新生代设计力量展开跨国交流，开启了一场深度的产业游学之旅。不同文化背景下的设计理念在此碰撞，为柯桥纺织时尚转型注入新的灵感。

为进一步推动设计人才孵化与创意转化，丝航与国内外多所高校达成校企合作，持续吸纳富有创造力的年轻设计力量。“学生们在这里不仅能接触产业一线，还能将课堂所学付诸实践。对柯桥纺织企业而言，这既是人才储备的通道，也是获取新鲜创意的源泉。”蔡佩桦说道。

从柯桥到全球，从面料到时尚，丝航正以数字技术为关键驱动，重构纺织贸易的边界与效率，织就一张覆盖全球的产业网络。立足柯桥、放眼未来，丝航为更多中小企业开辟了出海新通道，为更多新锐设计师搭建起梦想大舞台。一线连世界，数字链全球——丝航的故事，正在柯桥的经纬之间，织出无限可能。



Focus / 聚焦

2026 中国纺织品牌创新发展培训会在柯桥举行

近日，2026 中国纺织品牌创新发展培训会暨品牌对接会在绍兴柯桥举行。活动以“全链协同·价值共生”为主题，围绕供应链建设、材料创新、数智应用、产品营销等议题，深入探讨纺织品牌融合创新的高效路径，旨在落实党的二十届四中全会关于纺织行业“优化提升”的部署要求，推动品牌建设成为产业升级的关键着力点。

会议提出，企业竞争正从单一环节比拼转向全系统协同，共生共赢已成为产业发展的底层逻辑。品牌必须立足产业链融合大格局，找准自身生态位，以技术创新夯实产品力，以文化创新提升品牌力，以模式创新拓展市场力，推动原料、研发、生产、营销、服务全链路联动，构建高效协同的供应链生态。唯有打通供应链壁垒、激活材料创新、拥抱多元赛道，才能在新时期实现从规模优势向价值优势的跨越，为纺织品牌在全球产业格局中赢得持久竞争力。

与此同时，活动组织品牌嘉宾走进柯桥纺博会，参观柯桥时尚设计展，与参展企业就绿色环保面料、功能科技服装、先进织造工艺、数字化应用工具等方面展开面对面交流对接。锦纶、莫代尔、醋酸纤维、生物基聚酯纤维、桑蚕丝等特色面料为品牌提供了丰富的创



培训会现场。

意设计与解决方案，推动上下游企业实现“全链协同·价值共生”的实践落地。

本次会议为纺织品牌搭建了前沿思想交流与精准资源对接的高端平台，推动产业形成价值共享、互利共赢的发展新生态。面向未来，中国纺织品牌有望依托全链协同优势，持续提升在全球产业分工中的地位 and 竞争力，在可持续发展浪潮中实现价值跃迁，于世界产业舞台上绽放更加独特而持久的光彩。(王耀祖)

WGSN 非遗未来创新中心正式落地柯桥

近日，WGSN 非遗未来创新中心开业典礼暨趋势论坛在柯桥举行。据了解，WGSN 非遗未来创新中心由中国少数民族用品协会民族服饰分会与 WGSN 柯桥趋势中心携手共建，该中心的正式落地不仅为非遗、纺织产业、潮流时尚的跨界融合搭建了新的平台，更为非遗技艺传承、产业创新升级注入了新活力。

活动沙龙环节，中国少数民族用品协会民族服饰分会秘书长王小灿从非遗文化的现代化应用角度发表“文化洞察：非遗即时尚，非遗向未来”主题演讲；地合元境（浙江）非物质文化遗产保护有限公司董事长朱俊伦从守护传统技艺传承角度带来“公益价值：温暖中国，非遗手益人”分享；WGSN 中国区趋势总监姚清翌聚焦“如何讲好东方美学新故事”带来“品牌策略：东方美学故事新叙”演讲；中国少数民族用品协会《服饰里的中国》副主席张立娜从非遗的可持续发展层面带来“产业化：非遗新生，产业赋能”分享；WGSN 中国区趋势总监门淑萍立足柯桥本地面料产业优势带来 2027 春夏“面料趋势：文化之力，和而不同”的趋势分享。

活动同期，场馆内还同期举办了非遗新韵 & 潮向未来——东方工匠非遗展。展览共分“文脉非遗·时尚启序”“丝韵千年·织就新潮”“匠造万物·生生不息”“非遗破圈·潮玩新生”和“薪火相传·共生未来”五大展区。系统呈现了纺织非遗、黄酒酿制、平水珠茶制作等各类非遗技法，表现非遗的多元魅力与创新可能。

中国轻纺城建管委相关负责人表示，WGSN 非遗未来中心落地柯桥，依托当地面料产业集群的资源优势，更能推动非遗技艺与纺织时尚的跨界共生，赋能区域产业提档升级，打造非遗创新发展标杆样板。未来，该中心将在探索非物质文化遗产的数字化保护、创新性开发与商业化应用方面持续发力，推动非遗从“活起来”走向“火起来”。(唐小狄)

米可秋赋 2026AW 新品发布会以一衣多穿展现女性多重自我

近日，原创设计师品牌米可秋赋以“织序·万相”为主题，在 2026 柯桥时尚周（春季）柯桥古镇水上舞台倾情发布 2026 秋冬系列新品。活动现场，一叶乌篷载着模特缓缓驶入，拉开了大秀序幕，让东方韵味与现代先锋设计隔空共鸣、温柔邂逅。

本季新品以大地色系为绝对核心，构建出一套“侘寂松弛+东方雅致”的双轨色彩体系。香料红、夜影灰、茶染杏、乌梅子、寂静蓝、鎏金褐……一系列低饱和、高质感的色调贯穿全场，既显秋冬高级质感，又适配不同肤色与穿搭场景，形成强烈的品牌视觉记忆点。

在面料选择上，亚麻、有机棉、真丝、羊毛等天然高端材质成为主角。新中式提花、暗纹、差异化纤维等多元材质的融合，实现了“天然肌理+非遗工艺+现代功能”的三重质感。工艺层面，米可秋赋将现代人体工学融入版型设计，同时保留毛边、不规则剪裁等实验性手法，并深度结合手工刺绣、非遗盘扣、法式刺绣等传统手作技艺。

值得关注的是，本季新品在设计逻辑上强化了“一衣多穿”的功能性。一件外套可以从会议室穿到茶席，一条长裙能兼顾通勤与轻社交，米可秋赋试图回答一个问题：当代女性如何在多重角色中，依然保持从容与自我。“我们的目标客群是 35 至 55 岁内心安逸、热爱生活、关注自我的女性，设计始终面向终端用户。我们希望艺术文化真正走进生活，让女性愿意上身、敢于体验，给予她们更多的自信与感动，在多重角色中从容游走，书写属于自己的篇章。”米可秋赋创始人陈红霞说。

从柯桥出发，这场发布会完成了从材质、剪裁、色彩到穿着体验的全链路渗透。在纷繁材质中梳理秩序，以多元织造重构秋冬肌理；以风格为境、场景为界，让一件衣服适配多元人生。在秩序与自由之间，米可秋赋寻找着属于东方美学的平衡点。(边吉洁)



大会为针织产业全链路提质增效探索新路径。

院士把脉具身智能，企业分享出海经验

第十五届针织科技大会为行业新质发展注入动能

■ 晏宁 / 文

针织产业是纺织现代化产业体系的重要组成部分，从头到脚，由内而外，针织勾连着新工艺与新潮流，是贴身贴心、舒适舒展的民生产业；上天入地，探海揽风，针织编织着新技术与新场景，是跨界跨越、创新创造的科技产业。

为加快推动针织行业向高端化、智能化、绿色化转型，5月14日，第十五届针织科技大会以“科技赋能 质领新程”为主题，在江苏省江阴市召开。会议由中国针织工业协会主办，江阴市人民政府指导，江阴市工业和信息化局、江阴市企业服务中心、江阴市祝塘镇人民政府、江阴市长泾镇人民政府、江阴市顾山镇人民政府支持。

挺膺担当，共编针织锦绣未来

中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲致辞表示，当前，中国纺织行业已经整体迈进世界第一方阵，正步入从跟跑、并跑到全面领跑跨越的新阶段。党的二十届四中全会明确将纺织列为“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。多年来，江阴深耕制造、数智、绿色并进，以完整的产业链优势，走出以创新引领发展之路。本次大会落子江阴，生动诠释了产业“科技赋能、向新而行”的发展方向。

他指出，世界百年变局加速演进，行业正经历结构性、格局性的深刻转型：要素供给从效率优先转向韧性优先，增长动能从边际改良转向跨界融合，竞争规则从单一效率转向多元博弈。行业发展需把握底层逻辑的深刻调整，在变中求进、在进中突破：智能经济重构产业形态；绿色转型重塑竞争优势；未来产业延展价值边界。

他强调，科技创新成为重塑产业基因、构建产业发展确定性的关键变量。针对针织产业未来发展，他建议，一要筑基础，强化源头创新；二要强制造，加快转型升级；三要拓场景，延展价值边界；四要重协同，完善产业生态。

标杆典范，江阴纺织服装区域品牌发布

一根丝、一匹布，不仅织就了江阴“人心齐、民性刚”的奋斗底色，更织就了城市的产业根基，见证了江阴从“乡镇企业摇篮”到制造业强市的奋进历程。

无锡市委常委、江阴市委书记方力致辞时表示，纺织服装产业是江阴当之无愧的千亿级支柱产业，产业链条完整，培育出海澜、阳光、贝德、红柳、云蝠等一批行业知名企业，形成周庄化纤、新桥精纺、长泾

粗纺、顾山内衣、祝塘外贸服装等特色产业集群，入选工业和信息化消费品工业“三品”战略示范城市，“江阴织造”的招牌越擦越亮。

他指出，今后，江阴将紧扣新型工业化要求，做实“增强补育”文章，深入推进“人工智能+”行动，推动数字技术、智能技术与研发设计、生产制造、品牌营销全链条深度融合，以“智能原生”的科技创新重塑产业效率，以“无界融合”的思维打开产业蓝海，以“绿色可信”的实践锻造产业内核，推动纺织服装产业向高端化、智能化、绿色化、品牌化、集群化加快跃升。

产业兴则经济兴，品牌强则产业旺。会上，江阴纺织服装区域品牌正式发布。中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲，江阴市人民政府副市长季震共同为江阴纺织服装区域品牌揭牌。

行业解析，加快推进现代化纺织体系建设

“复杂形势下，针织行业要坚定推进纺织现代化产业体系建设进程，持续提升核心竞争力，这将是行业在复杂形势下破除风险困局、全力保障运行态势大体平稳的根本途径。”中国针织工业协会会长谢青结合当前针织行业经济运行情况，就2026年行业趋势发展进行了展望。他介绍，2026年以来，针织行业开局稳中承压，一季度产销形势较2025年底有所改善。运行特点主要表现为：生产形势平稳、内销明显回暖、出口承压稳进、效益修复缓慢。展望2026年全年，各种外部风险仍在不断积聚，针织行业面临的发展压力仍然较大。

为推动行业高质量发展，他建议，针织企业要将自身发展决策置身于我国完整纺织产业体系具有良好发展韧性、长期仍有多维升级发展空间的大背景之下，坚定信心，主动作为。今后应着重加强以下四方面：一是深化结构调整，增强供需适配性；二是强化创新引领，夯实产业核心竞争力；三是推进数智赋能，构筑现代化产业新优势；四是加强内外统筹，构建高效安全的供应链体系。

院士把脉，具身智能机器拓展针织新空间

会上，中国工程院院士、东华大学教授孙以泽从当前产业背景、关键技术、应用领域、发展趋势与展望四个维度详细地介绍了具身智能机器人在针织柔性织造领域的应用与前景。针对行业发展面临的普遍痛点，他介绍，具身智能机器人融合多模态感知与控制算法，能够通过环境感知、自主决策与协同作业，自主执行纺织工厂内的巡检与精细化操作，全面驱动纺织产业向柔性、高效的智能制造转型。

他指出，未来随着技术持续迭代，一方面在自主感知、自主决策、自主执行、自主评价四大能力方向将实现更深度的技术跃升；另一方面，具身智能载体将向高度仿生设计、高功率密度电机、新材料柔性皮肤、灵巧执行机构、多源分布式传感五大方向演进升级，能够更好适配纺织服装行业复杂多变的生产场景，进一步释放技术赋能的价值，为整个针织产业的高质量发展打开新的增长空间。他强调，具身智能机器人可推动产业协同创新、完善产业链，培育经济新增长极，助力产业升级与民生改善，未来发展前景巨大。

科技创新，产业协同共建行业发展新生态

一众专家、企业家为针织行业未来发展建言献策。中国纺联科技发展部主任张传雄就“十五五”期间纺织行业科技创新的重点任务、四大方向关键技术以及十大科技创新典型重点工程进行了解读。

海澜集团党委书记、董事长周立宸结合当前中国消费品牌出海独立站运营、海外建厂、海外实体经营、跨境电商布局、海外渠道分销的五大主流模式，以及海澜实践，详细介绍了企业在东南亚及非洲市场的战略转型与成功经验。

狮丹努集团股份有限公司副总经理徐帅表示，面料创新要注重功能性与环保性深度融合，设计创新要加强 AI 赋能时尚设计，生产创新要破解设备孤岛、实现数字化闭环、优化柔性单元、引进先进技术，生态创新要加强全链路轻量化协同举措。

上海工程技术大学教授谢红表示，新技术已成为赋能高功能运动服装的重要支撑，主要体现在功能性材料研发；结构设计与人体工学正从静态适体到动态赋能；智能可穿戴技术实现融合，从数据监测到智能服务，以及可持续发展与个性化定制。

中国恒天立信国际有限公司智能信息中心经理张爵龙结合企业在智能化、数字化领域的科研成果作了精彩分享。他详细介绍了能够助力客户在生产效率、品质管控、节能减排与运营管理等维度实现全方位提升的 SmartCentre 中央控制系统和远程运维系统；同时，还重点介绍了具备智能问答功能的“染整 AI 助手”。

武汉纺织大学副校长王栋介绍说，涤纶短纤凭借优越的性能，广泛用于 T 恤、内衣、衬衫等领域，混纺灵活性高但功能改性难度大。为保证短纤手感并同时实现高效、持久与智能调控，团队通过共聚改性、功能纤维结构调控等工艺极大提升了短纤的性能。他还结合大量案例，就舒适性、功能性、智能性三大类短纤维的应用和性能进行了详细介绍。

东华大学科创中心教授乌婧表示，当前我国生物基纤维产能增速迅猛、品种布局齐全，但在原料、聚合、纺丝、应用等方面，以及性价比、规模化、产业链协同等方面还面临诸多瓶颈和挑战。今后，企业要聚焦核心技术，强化工艺与装置一体化设计；注重多重技术融合，发挥产业链整体优势；加强热点卖点的专业化开发与推广，引领行业创新发展。

作为针织行业技术交流与趋势研判的年度盛会，第十五届针织科技大会的成功举办，不仅搭建起高端智库、链主企业与创新力量深度对接的核心平台，更精准锚定产业转型关键命题，为针织产业全链路提质增效探索了新路径。这场聚焦“技术落地+价值共创”的行业盛会，必将为推动“十五五”针织产业高端化、智能化、绿色化转型注入新动能。TA



会议现场。

中国针织工业协会第八届第二次理事会议在江阴召开

■ 本刊记者_耿聃

5月13日，中国针织工业协会第八届第二次理事会议在江苏省江阴市召开。本次会议总结回顾了第八届理事会成立以来开展的各项工作，明确了协会下一阶段重点任务与发展方向，为针织行业“十五五”的工作开展明晰了路径。中国针织工业协会、地方政府、地方行业协会、产业集群、企业代表和新闻媒体代表等百余人出席本次会议。

中国针织工业协会会长谢青在会上作工作报告。报告指出，今年是“十五五”开局之年，也是纺织行业构建现代化产业体系、培育新质生产力的攻坚之年。面对复杂的国内外环境和形势，协会在中国纺联的领导下及全体理事、会员的支持下，聚焦“稳运行、促创新、优服务、强治理”，系统推进了六大重点任务，取得显著成效：一是坚持党建引领，抓实学习型党组织标准化规范化建设，创新党建载体，健全制度体系，建强人才梯队，筑牢了高质量发展的根基；二是强化运行监测，通过完善数据体系、深挖政策红利、加强宣传赋能，精准服务行业稳增长；三是聚焦创新驱动，提速标准服务体系，深化协同课题研究，强化技术交流与产业赋能，积极助力企业提质升档及服务国家重大战略；四是打造高品质会展平台，做强 PH Value 针织展品牌，创新双线传播模式，深化海外市场拓展，有效激活内外双循环动能；五是引领行业提质跃升，通过“濮院杯”设计大赛搭建人才生态平台及深化流行趋势研究，培育了设计人才新力量；六是强化内部治理，以制度化、精细化管理提效，确保了协会规范高效运转。

谢青表示，面对新形势新挑战，未来，协会将秉持“服务会员、服务行业、服务政府、服务社会”的宗旨，在持续深化党建引领，加快推进社会组织等级评估、标准体系建设、展会能级提升、海外市场拓展、各项行业会议筹备等方面重点发力。协会将与全体会员一道，凝心聚力、务实笃行，全力推动针织行业在“十五五”开局之年迈上新台阶。

会议审议通过了新增会员，并通过投票选举增补了八届理事会理事、常务理事。此外，会议还审议通过了第二届中国针织工业协会标准化技术委员会负责人选提案。

随后，中国针织工业协会第八届第一次常务理事会议顺利举行。会议审议并通过了协会相关管理制度修订方案，为后续协会工作的有序落地提供了保障。

征程万里风正劲，重任千钧再奋蹄，本次会议的顺利召开，进一步统一了行业思想、凝聚了发展共识。未来，中国针织工业协会将落实本次会议部署，精准响应企业实际经营中的共性需求，携手全行业共同推动针织工业平稳健康发展。TA

35 年校庆 + 30 年赛事： 江西服装学院“双庆”巡展诠释育人定力

■ 本刊记者_王振宇

2026 年 5 月，中国国际大学生时装周期间，江西服装学院建校 35 周年暨润华奖艺术节 30 周年巡展在北京 798 艺术园区亮相。从 5 月 16 日开幕式到 5 月 17 日主题沙龙，这场跨越“双庆”的集中展示，没有停留于成果陈列，而是抛出了一个值得行业思考的命题：一所专业服装院校，如何凭借一项持续三十年的赛事，深度参与中国时尚产业的人才供给与价值构建？

两个时间坐标的产业底色

三十五年前，涂润华先生创立江西服装学院，如今已成长为覆盖纺织服装全产业链的现代化高等学府。而“润华奖”艺术节恰好与学校发展几乎同步生长——三十年，从校园内部赛事演变为兼具专业性、创新性与行业影响力的国际时尚 IP。这两个时间刻度，构成了本次巡展的核心叙事：办学是根基，赛事是抓手，二者互为表里，共同输出面向产业的应用型人才。

巡展开幕式上，中国服装设计师协会专职副主席谢方明用三句话点明了当下时尚教育的现实命题：坚守原创、拥抱 AI 变革、立足产业大局。这恰恰对应了江服巡展内容所传递的回应，既展示历届润华奖优秀作品与产学研转化案例，也同步呈现校友创业成就和数字时尚探索。换言之，“双庆”不仅是一场回望，更是一次对办学逻辑和成果的公开检视。

赛事何以成为“育人中台”

如果说校庆是纵向的时间标记，那么润华奖艺术节则更像一个横向的资源连接器。在 5 月 17 日的主题沙龙上，行业协会领导、兄弟院校嘉宾以及润华奖获奖选手代表的对话，揭示了这一赛事的独特定位：它既是校内“以赛育人、以展促学”的教学工具，也是打通校企协同、跨校交流乃至国际联动的行业平台。

沙龙特别安排了 2024、2025 年“一带一路”大学生时装设计与技能大赛的三位获奖代表分享创作历程。这一细节表明，润华奖已经超越了校际边界，成为一个面向全国青年设计力量的开放舞台。江西服装学院创新创业学院院长段婷明确表示，未来将依托赛事升级育人模式，并向全世界学子发出投稿邀约。这释放了一个信号：润华奖正在从“江服的赛事”转向“行业的国际公共平台”。

在服装设计教育普遍面临“院校培养与产业需求错位”的困境下，一个持续三十年、不断迭代的赛事平台，实际上承担了“产教融合缓冲带”的功能。学生通过参赛提前接受市场逻辑与专业评判，企业通过赛事发现人才，院校则通过反馈闭环调整教学。这种三角关系，比单纯的教学改革更具实操性。



领导、嘉宾为巡展剪彩。

从剪彩到观展：一份面向行业的“能力清单”

剪彩仪式上，“金顶奖”设计师张肇达、赢家时尚集团公关总监徐志东、西安工程大学副校长戴鸿等来自行业协会的领导、知名企业代表、教育界多位学者共同执剪，体现了江服的跨界连接能力。同时，徐志东以“织梦校企”之名馈赠江服面料样卡，标志着时尚产业链与教育链之间的深度衔接。

随后开放的巡展，其展品构成也颇具深意：办学成果、优秀获奖作品、师生原创设计、校友创业案例等等，这并非简单的成果堆砌，而是一份完整的“人才培养输出清单”：告诉行业，江服培养的人才能做什么。

中国服装设计师协会专职副主席朱少芳在沙龙上的致辞提示了另一个维度的思考，在时尚产业全球化竞争与本土文化自信建构并行的当下，院校赛事完全可以成为文化输出的“轻骑兵”。江服的实践表明，一场持续三十年的艺术节，其价值不仅在于孵化了多少设计师，更在于它建立了一套可持续、可复制的“教学—赛事—产教”协同机制。

现场声音：从“接地气”到“走向国际”

巡展期间，段婷用“接地气”概括学校的育人特色：“我们培养的是毕业后能直接上岗的应用型人才。”她透露，本次是学校在中国国际大学生时装周上首次独立办展，“近两年，我们已经开始迈向国际舞台。”

江西服装学院创新创业学院副院长付志臣介绍，学校通过“以赛代练、以赛促学”的方式，累计指导学生获得各类赛事金银铜奖 200 余项。

三位获奖学生代表也从自身角度分享了参赛价值：北京服装学院宋杭峰将参赛过程发布在社交平台上，单条浏览量过万，“既帮同学了解比赛，也让更多人接触这个行业”；鲁迅美术学院王镇道认为，比赛中与他人的交流让自己认清不足、获得极大提升；江西服装学院徐佳丽深有感触，她强调学校通过项目班、专项辅导等形式为学子提供实际支持。这些声音共同勾勒出润华奖的真实面貌：不只是一场竞赛，更是一套覆盖课堂、赛场、职场的人才成长闭环。

新起点的真正含义

“双庆”之后，江西服装学院副校长马国照多次提到“主动拥抱 AI 设计与数字时尚变革”。巡展专门设置了数字时尚板块，沙龙也讨论了 AI 赋能应用。相比三十年前，今天的时尚教育面临的技术变量和环境复杂度已不可同日而语。但江服给出的启示或许在于：无论技术如何迭代，赛事作为“实战演练场”和“人才筛选器”的核心功能不会改变，改变的只是评判标准和工具载体。

三十五载育人与三十载赛事，两条时间线在 2026 中国国际大学生时装周交汇，是一次面向未来的压力测试：当一所学校把一个赛事办成了行业节点，它接下来要回答的，是如何让这个节点持续进化。巡展中沉甸甸的成果是正在进行时，而沙龙里年轻设计师眼中的光，才是未来时。TA



十二载如约，以秀见深耕

“自然而燃”江服 2026 毕业秀在京发布

■ 本刊记者_王振宇

5 月 16 日，江西服装学院 2026 届毕业作品专场发布在 798 艺术园区第一车间踏光而来，66 套原创时装作品次第登场。这已经是江服连续第 12 年将毕业大秀搬上中国国际大学生时装周，本届，以饱满、笃定，自带文化温度，不张扬自有声的态度，交上名为“自然而燃”的教学答卷。

大秀的主题“自然而燃”，源于江服三十五年对服装教育本质的理解——真正的设计力量，无需张扬，不必喧哗，像植物从泥土中生长，时间一到自成气候。

面料诚实：从土地里长出来的设计语言

材料的诚实，是本届江服发布最鲜明的态度。作品“黯黯光溃”胸前的立体压褶随着模特走动微微起伏，将灯光打碎又聚拢；肩部毛呢层层交叠，在行走间形成流动的光影层次；渐变不是化学染料一次成型，而是一层层手工薄喷，才得到这种像古老壁画被风雨侵蚀后的斑驳质感。

一组以蜀地山川为意象的系列作品里，灰与绿渐次过渡，激光雕刻在挺括面料上切出山脉走势的镂空线条，破碎层叠的薄纱从衣摆处渐次舒展。薄纱边缘全部手工抽丝，保留着不规则的边缘，坦然地裸露着，展现“从束缚到盛开”的生命感。

一系列以天然蓝染完成的作品令人印象深刻。靛蓝在纯棉和亚麻上呈现出深邃而斑驳的色泽，民族手绣纹样脚粗粝，像是在荒野中留下的标记。当模特穿着走过，蓝染特有的草本气味随着空气流动散开。这组作品取名“箝路蓝缕”，取自楚辞“以启山林”，致敬从无到有、从土地里长出文明的原始力量。

非遗活化：让传统手工艺在行走中复苏

如果说原材料的地道让作品有了“根”，那么传统手工艺的当代转化，则让非遗真正活了。

当一件植物蒸煮转印染的外套登场，桑叶、栀子、紫草等天然植物在真丝素约缎上高温蒸煮留下的深浅印痕来铺陈纹理。一组融合传统建筑元素的系列作品亮相，马面裙的褶裥依然端正，立领的弧度依然克制，瓦当上的云纹、回纹被解构成了现代几何图案，苏绣针法与激光镂空相结合。

本届作品中，既有将苏绣、绗花、盘扣等传统非遗技艺融入现代剪裁、探索新中式服饰边界的嵇湘清，也有专注天然植物染、将传统印染工艺推向浪漫诗意表达的王浩宇，前者曾为樟树消防等单位量身打造专属队服、斩获“大连杯”国际青年服装设计大赛铜奖，后者凭借星海意象作品斩获真维斯杯休闲服装设计大赛银奖，同时在新媒体运营与商业设计领域展现出复合型能力。而《山止川行》的创作者戴雅宁拿下第十届中国国际时装周设计创新大赛银奖，擅长以视觉叙事传递设计内核；专注传统工艺与数字 AI

设计跨界融合的杨洋，先后斩获“常熟杯”时尚设计大赛银奖、桑莎杯 AI 服装设计大赛铜奖等十余项国家级、省级大奖——每一件作品背后，都是江服学子从课堂走向赛场的扎实足迹。这正是江服此次发布的要义：让衣服说话，让设计说话，让那些看得见摸得着的针脚、面料、剪裁，去证明它们来自一所怎样的学校。

真题真做：从课堂到秀场再到卖场的育人之道

本届江服发布最值得行业关注的，是秀场内外教学逻辑的轨迹，用三十五年时间，走出了一条权威道路：“真题真做”。部分天然植物染系列是“红熨花田”品牌产教融合项目的产物——这个由中国时装设计“金顶奖”获得者张肇达创办的平台，为学生搭建了一条“教学—孵化—上架—传播”的完整创业闭环。从染布、打版到成衣制作、品牌视觉、市场测试，学生全程参与，课堂创意直接转化为可验证的产品。有签约设计师已形成稳定的产品线 and 品牌原型，在真实的消费市场获得了反馈和认可。

与此同时，学校依托江西省纺织服装现代产业学院等平台，与波司登、马克·蝶丽奥等行业领军企业深度合作，全面推行“双导师制”——一位学校教师把关专业基础，一位行业导师引入市场逻辑。在这种机制下，毕业设计不再是单一作业，而是“从构思到成型、从秀场到卖场”的完整设计实践。

自然而燃：一所学院的设计哲学与时代担当

发布会尾声，毕业生返场。回顾整场秀，一条清晰的脉络贯穿始终：对天然材料的尊重，对传统手工艺的当代转化，对可持续设计理念的践行，对“学以致用”教学逻辑的坚守。可降解面料的大量使用回应着“双碳”目标，植物染色替代化学印染减少污染，中性廓形打破性别边界，功能性剪裁让“好看”服务于“好穿”，这些都不是学生个人的趣味或毕业的绝唱，而是一所学校在设计教育上的集体价值取向。

从 1991 年创校至今，江西服装学院深耕服装教育三十五年，走出的是一条特色立校、质量强校、产教融合、实践育人的路子。这些年来，师生多次在中国国际时装周摘下“金顶奖”等荣誉，连续多年培养出荣获中国时装设计“新人奖”的设计师，去年更是一举囊括六项中国国际时装周大奖。这些数字证明了一件事：一所扎根地方的服装院校，踏踏实实地做教育，真的能为行业输送“拿来就能用”的人才。TA

从上市公司一季报 看纺织经济“K型分化”

■ 谢方明 / 文

2026年第一季度，全球经贸格局持续深度重构，地缘政治冲突、贸易保护主义抬头、全球需求分化等多重因素交织，中国纺织服装行业身处产业变革与外部压力叠加的复杂环境中。行业整体呈现平稳开局、结构分化、压力突显、转型提速的运行态势，一方面凭借完整产业链优势维持市场韧性，另一方面面临供需失衡、成本高企、订单转移等多重考验，叠加龙头上市公司一季报验证，在全球产业K型分化格局下，步入深度调整与重构的关键阶段。

一季度行业整体运行概况

一季度，中国纺织服装行业顶住外部压力，实现基本平稳运行，行业综合景气指数维持在景气区间，但多项经营指标出现结构性波动，发展压力逐步显现，头部上市公司业绩直接印证行业冷暖。

从生产端来看，行业生产节奏阶段性趋缓，受原材料价格大幅波动、海外订单下滑影响，3月企业生产活跃度明显回落，一季度纺织行业生产指数较2025年四季度显著下降。企业为规避市场风险，主动压减产成品库存，库存管控趋于谨慎，整体生产经营保持稳健，但产能利用率较去年同期略有下滑，国内产能受内需复苏节奏、海外订单分流双重影响，处于温和调整状态。行业龙头申洲国际(02313.HK)2026年一季报显示，公司成衣板块产能利用率同比下降4.2个百分点，柬埔寨海外工厂因投产初期效率偏低，整体生产成本占比提升；华峰化学(002064)化纤主业一季度开工率环比2025年四季度下降6.8%，进一步印证行业生产端调整态势。

从市场端来看，内外需市场表现分化，内需呈现温和复苏态势，外需则波动加剧。内需市场依托国内超大规模市场优势，服装鞋帽、针纺织品零售实现稳步增长，线上消费、品牌化消费成为拉动内需的核心动力，国潮品牌、功能性服饰、高性价比产品市场需求持续释放。国家统计局数据显示，一季度全国服装鞋帽、针纺织品零售额4122亿元，同比增长9.3%，高于同期社零平均增速；内衣龙头爱慕股份(603511)、运动服饰李宁(02331.HK)一季报国内营收分别同比增长5.1%、7.3%，直观体现内需复苏力度。

外需市场整体表现承压，一季度我国纺织服装累计出口670.8亿美元，虽创下近四年同期最高值，同比小幅增长1.2%，但月度走势分化明显，1—2月出口实现两位数增长，3月受春节错期、高基数及地缘冲突影响，单月出口同比大幅下降28.9%，外销市场不确定性显著提升。从结构来看，行业呈现纺强服弱的分化特征，一季度纺织品出口341.9亿美元，同比增长2.8%，依托面料技术升级、产业用纺织品需求增长实现稳步提升；服装出口328.9亿美元，同比下降0.4%，终端成衣受订单转移、价格竞争、贸易壁垒影响，增长动力不足，行业结构性矛盾进一步凸显。外销龙头健盛集团(603558)一季度对美出口收入同比下滑12.7%，华孚时尚(002042)欧美区域订单同比下降9.4%，直接反映海外终端需求疲软、贸易壁垒冲击。

从细分品类看，行业结构性分化更为显著：一是产业用纺织品出口韧性最强，一季度土工布、医用纺织品、汽车内饰纺织品出口同比分别增长8.2%、6.5%、4.1%，龙头恒天海龙(000677)一季度产业用纺织品营收同比增长7.8%；二是化纤原料受原油涨价拖累，荣盛石化(002493)化纤板块增收不增利，营收增长2.1%但净利润同比减少8.3%；三是成衣制造领域分化明显，中低端品类承压，针织服装、梭织服装出口分别同比减少3.1%、2.6%，申洲国际基础代工板块毛利率同比下降1.8个百分点；高端户外、功能性服装逆势增长，牧高笛(603908)一季度海外营收同比增长15.4%。

行业发展面临的核心压力与考验

结合申洲国际、健盛集团、华孚时尚、荣盛石化等龙头2026年一季报及2025年年报，当前中国纺织服装行业面临多重压力，正如申洲国际年报所述，供需失衡、成本上涨、贸易壁垒、地缘冲突、汇率波动五大难题，成为制约行业发展的主要瓶颈。

(一) 供需格局失衡，市场竞争白热化

全球纺织服装终端需求增长乏力，行业整体呈现供强需弱的运行格局。一方面，国内纺织服装产能存量充足，部分企业被迫采取“以价换量”的经营策略，产品价格持续走低；健盛集团一季报披露，棉袜代工行业国内产能过剩约22%，产品均价同比下降3%—5%；华孚时尚色纺纱板块因中小厂低价竞争，一季度产品毛利率同比下降2.2个百分点。另一方面，海外市场需求复苏缓慢，叠加消费结构升级，全球订单向高性价比、快反应供应链倾斜，国内企业订单获取难度加大，新订单指数虽处于扩张区间，但环比明显回落，市场竞争愈发激烈。申洲国际年报明确：柬埔寨、越南工厂订单占比持续提升，国内宁波、安庆基地订单同比收缩，海外订单转移趋势直接冲击国内产能。

(二) 成本持续攀升，盈利空间被严重挤压

一是原材料成本波动加剧。受中东地缘冲突影响，国际原油价格大幅震荡，带动化纤类原材料价格上行，同时棉花等天然纤维价格波动频繁，企业原材料采购成本大幅上涨，一季度纺织行业原材料购进价格指数环比大幅攀升；荣盛石化、华峰化学原材料成本占营收比重同比上升3—4个百分点，新野纺织(002087)一季度棉花采购成本同比增加6.7%。二是劳动力成本逐年上涨，叠加生产能耗、物流运输费用上涨，企业运营成本持续走高。申洲国际一季报显示，国内员工平均薪资同比上涨5.3%，柬埔寨工厂人工成本涨幅达7.1%；中东地缘局势持续紧张，霍尔木兹海峡航运扰动、全球供应链避险性航线调整，推高国际海运综合成本，嘉欣丝绸(002404)一季度国际物流成本同比增长18.2%。三是人民币兑美元汇率波动加大，出口企业汇兑风险提升。健盛集团一季度产生汇兑损失约2100万元，直接吞噬利润，部分企业陷入“接单即亏、不接单停产”的两难境地，A股纺织服装板块超6成中小制造企业

一季度净利润同比下滑。

(三) 贸易环境恶化，订单向外转移趋势明显

全球贸易保护主义持续升温，美国等发达经济体不断加码关税壁垒，加大转口贸易溯源核查力度，对中国纺织服装出口形成持续压制。同时，受友岸外包、近岸外包贸易范式影响，全球纺织服装供应链加速重构，中低端订单持续向越南、柬埔寨、孟加拉国等东南亚国家转移，国内出口企业市场份额被挤压，对美等传统核心市场出口规模持续收缩。申洲国际年报指出，销往美国的成衣需与客户分担部分关税成本，毛利率持续承压；华孚时尚对美订单一季度同比减少15.6%，越南、柬埔寨订单同比增加23.8%。海关数据显示，一季度我国对美纺织服装出口同比降2.4%，而越南对美服装出口同比增2.7%，订单转移趋势明确。

(四) 产业转型压力大，中小微企业生存艰难

行业整体高端化、智能化、绿色化转型进程滞后，部分企业研发投入不足，产品附加值低，缺乏核心竞争力，难以应对国际环保、碳足迹、供应链尽职调查等非关税贸易壁垒。A股纺织服装制造企业平均研发投入占比仅1.2%，显著低于制造业平均水平；新野纺织、三房巷(600370)等传统纺企一季度增收不增利，营收微增但净利润下滑10%以上。同时，在全球产业K型分化格局下，资源、政策、市场向头部企业集中，申洲国际、李宁等龙头营收稳健增长，中小微企业融资难、抗风险能力弱、转型资金不足，在成本上涨、订单流失、竞争加剧的多重压力下，生存发展面临严峻挑战。产业园REITs数据佐证：一季度纺织产业园出租率同比下降5—8个百分点，中小工厂退租、停产现象增多。

行业发展的积极因素与机遇

尽管面临诸多压力，但一季度纺织服装行业仍展现出较强的发展韧性，在产业重构、市场多元化、内需复苏、高端突破等层面孕育新的发展机遇。

(一) 内需市场持续回暖，细分赛道增量突出

国内经济稳步复苏，消费市场信心逐步提升，一季度服装零售增速高于社会消费品零售总额增速，持续拉动内需市场增长。同时，国内消费结构不断升级，功能性、环保性、个性化纺织服装产品需求快速提升，仓储会员店、零食集合店、品牌折扣店等新兴零售渠道蓬勃发展，为纺织服装企业拓展内销市场提供了新空间，推动行业内外贸一体化发展。除头部品牌外，波司登(03998.HK)内销营收同比增长4.9%，水星家纺(603365)高端家纺一季度营收增长6.2%，太平鸟(603877)折扣渠道营收一季度同比增长12.6%，细分赛道与新兴渠道成为内需增长新引擎。

(二) 市场多元化布局初见成效，分散外贸风险

企业积极优化海外市场布局，逐步降低对单一传统市场的依赖，深度开拓东盟、非洲、拉美、中东等“一带一路”沿线新兴市场，凭借完整的产业链、成熟的生产技术，在新兴市场的竞争力持续提升。一季度我国对东盟整体纺织服装出口同比下降1.3%，其中对东盟出口纱线面料(上游纺织品)同比增0.9%，服装出口降8.4%。华孚时尚、健盛集团东南亚区域订单同比增长20%以上；孚日股份(002083)中东家纺出口一季度同比增长13.3%，市场多元化战略有效对冲了欧美市场需求下滑的风险，提升了行业外贸发展的稳定性。

(三) 产业升级提速，核心竞争力逐步增强

头部企业加快推进智能化、绿色化转型，加大研发投入，聚焦功能性面料、环保面料、高端成衣等高附加值产品研发，通过数字化改造实现“小单快反”生产模式，提升供应链响应效率。泰和新材(002254)一季度高端功能性纺织品营收同比增长9.2%，高端面料龙头欣龙控股(000955)高附加值非织造布毛利率超28%，远高于传统纺织品类。同时，行业加速推进全球化供应链布局，从单纯的产能出海，逐步向供应链本地化、研发本地化升级，构建“中

国核心+海外多元”的产能布局，提升国际市场抗风险能力。

(四) 完整产业链优势凸显，筑牢发展根基

中国纺织服装行业拥有从纤维原料、纺纱织造、印染后整理到服装成衣、品牌运营的完整产业链，产业配套能力、生产效率、质量管控水平全球领先，即便面临订单转移压力，在高端面料、复杂工艺、快反订单等领域仍具备不可替代的优势。申洲国际、华峰化学一季度高端面料出口订单同比增加4.5%，欧美高端品牌小批量、快反订单持续回流，这种全产业链优势成为行业应对外部冲击、推进转型升级、参与全球竞争的核心底气。

二季度行业发展趋势预判

结合龙头一季报、海关数据、原料价格走势，综合当前行业运行态势及外部环境，预计二季度中国纺织服装行业将延续承压复苏、结构优化、转型加速的发展趋势，行业发展机遇与挑战并存。

一方面，预计随着红海航运常态化运行、中东地缘局势阶段性缓和叠加全球航运运力供给改善，物流成本、原材料价格波动压力有望边际缓解，前期积压的海外订单或将逐步释放，行业景气度有望稳步回升。同时，内需市场持续复苏，夏季服饰消费旺季来临，将进一步拉动服装零售增长，李宁、太平鸟等品牌有望延续增长态势，新兴市场订单持续释放，为行业发展提供支撑。

另一方面，全球贸易壁垒、关税政策不确定性依然存在，东南亚国家供应链竞争力持续提升，行业结构性调整压力不减，中小纺企成本压力、汇兑风险短期难以缓解，行业洗牌加速。从细分领域来看，产业用纺织品、高端户外、功能性面料将继续保持强势增长，传统成衣、低端化纤品类仍将面临较大经营压力。

行业发展对策与建议

面对复杂严峻的发展环境，中国纺织服装行业需加快推进产业重构，以创新、转型、升级破解发展难题，实现高质量发展。

一是强化创新驱动，提升产品附加值。加大研发投入，聚焦绿色环保、功能智能、高端时尚等领域，突破关键面料技术，培育自主品牌，摆脱中低端同质化竞争；龙头企业对标泰和新材、恒天海龙，加大功能性面料、绿色纤维研发，中小纺企聚焦细分赛道，走专业化、特色化发展路径，提升产品利润空间。

二是优化供应链布局，增强发展韧性。加快推进全球化、多元化产能布局，参考申洲国际模式，推进海外制造、供应链、研发三层本土化，顺应全球贸易新范式；同时强化国内产业链协同，提升关键原材料自主保障能力，降低外部风险冲击。

三是深耕内外两个市场，推动市场多元化。深挖国内消费潜力，推进内外销产品同线同标同质，拓展折扣、会员店等新兴渠道；持续优化海外市场结构，深耕东盟、中东等新兴市场，巩固传统优势市场，分散外贸风险。

四是加快数字化绿色化转型，降本增效。推进生产设备智能化改造，提升生产效率；推广绿色印染、低碳生产技术，对标国际环保标准，突破碳关税等绿色贸易壁垒；优化库存管理、物流管控，降低企业运营成本。

五是强化政策协同，助力企业纾困。加大对中小微企业的扶持力度，缓解融资难题，降低企业经营负担；加强国际贸易合规指导，帮助企业应对贸易壁垒，推动行业在全球产业重构中抢占发展先机。

总体而言，2026年一季度中国纺织服装行业在压力下坚守、在调整中前行，申洲国际、荣盛石化、华孚时尚等上市公司的业绩，清晰印证行业高端突围、低端承压、外需分化、内需回暖的真实格局。全球供应链重构背景下，行业洗牌加速，唯有加快转型升级、构建全球化韧性供应链、深耕核心竞争力，才能在复杂的国际环境中实现可持续发展。TA

(作者为中国服装设计师协会专职副主席)



康赛妮用匠心与创新铸就中国奢侈品全球竞争力。

“康赛妮四宝”焕新登场， 诠释中国世界级奢侈品品牌之路

■ 本刊记者_郭春花

在全球时尚版图中，中国品牌如何从“制造”走向“创造”，从“追随”变为“引领”？康赛妮集团正以一场深刻的自我变革作答。近日，随着“康赛妮四宝”IP的发布与集团“五五”规划启航，这家毛纺巨头不仅展现了全产业链升级与智能制造的硬核实力，更以冲刺“中国的世界奢侈品品牌”为目标，书写着中国纺织业高质量发展的时代样本。



薛惊理

近日，康赛妮集团举行“四五”规划总结表彰大会，全面回望发展硕果、擘画“五五”未来蓝图，一系列亮眼成果与战略部署，清晰勾勒出企业高质量跨越式发展的核心密码。在大会圆满落幕之际，康赛妮重磅推出“康赛妮四宝”IP动画系列，以“宝哥”“二宝”“莱妹”“泰仔”四个鲜活形象为载体，生动诠释匠心坚守、极致品控、

奢品定位与年轻化战略，让百年实业品牌焕发新潮活力，更彰显出康赛妮迈向全球奢侈品舞台的坚实底气与蓬勃朝气。

为系统解读康赛妮的高质量发展之路，《纺织服装周刊》记者专访集团董事长、总裁薛惊理，深度解码企业成长内核与战略逻辑，透过这家行业领军企业的跨越式发展，生动展现中国传统纺织产业向高端化、智能化、绿色化转型升级的时代征程。

扩链筑基、智改数转， 践行引领行业的使命

“为行业创新、做行业引领、给行业信心，把毛纺行业做精、做专、做出新意！”这是薛惊理深埋心底的信念，更是康赛妮“四五”前行的精神旗帜。他带着这份沉甸甸的行业担当与民族品牌情怀，带领企业一边扩产拓链、夯实规模根基，一边智改数转、绿色升级，让传统毛纺在新时代焕发出前所未有的生机与光芒，把一句句誓言，干成了看得见、摸得着的辉煌实绩。

“四五”（2018—2025年）期间，康赛妮以产业链延伸与产能扩张为筋骨，以技术改造升级为血脉，项目梯次落地、环环相扣、步步铿锵，累计投资近30亿元，建成超20万平方米现代化产业载体，为高质量发展筑起坚实底座。从精品羊绒纱线智能化工厂、高档天

原料定天下，‘料’‘作’方长久。这句被薛惊理奉为圭臬的箴言，早已成为康赛妮贯穿始终的品质信仰。

然纤维制品染梳数字化工厂，到高端奢侈品面料数字化工厂、黎锦披肩智能化工厂相继投产；从新增花式纱线生产线登顶全球最大高端花式纱线生产基地，到高端天然纤维制品智能数字化实验车间优化升级；从智能仓储实现“人找货”到“货找人”的历史性突破，到供应链综合体、高端面料后整理工厂焕新启航，江南织造府非遗技艺重现光彩，康赛妮彻底打通从原料、染色、纺纱、面料到终端成品（披肩）的全产业链条，产能规模与装备水平稳居行业前列。

在规模跃升的同时，康赛妮更是掀起一场深刻的“智改数转”革命。薛惊理坚定地说：“传统制造业的破局关键，不是简单的设备更新，而是全产业链的效率革命与品质革命。纺织业绝不输任何制造业！”康赛妮联合德国西门子打造的全球毛纺首座无人化黑灯工厂，获评国家卓越级智能工厂、国家绿色工厂、浙江省未来工厂，生产效率大幅提升，能耗下降35%；投资建设的高端奢侈品面料数字化工厂以全流程数字化管控，破解行业多年痛点；即将试产的海南黎锦智能制造项目以“全球羊绒话语权+非遗瑰宝+自贸港平台”，搭建起独具东方魅力的奢侈品生态。

黑灯工厂、数字化面料工厂、海南黎锦智能制造项目的建设，实现了传统生产制造整体系统脱胎换骨，订单交付速度提升30%，迈入“三周交付”新阶段，快速打样、深度定制、敏捷制造能力全面跃升，推动康赛妮从产品供应商升级为国际顶奢品牌的战略合作伙伴。

极致品质立根， 以匠心站稳世界奢侈品供应链之巅

“原料定天下，‘料’‘作’方长久。”这句被薛惊理奉为圭臬的箴言，早已成为康赛妮贯穿始终的品质信仰。

为守住品质源头，“四五”期间，康赛妮深耕国内外优质羊绒产区，扎实推进牧场基地建设与绿色可持续发展，打通蒙古、秘鲁、新西兰等全球优质原料采购网络，为年产万吨高端纱线构建起稳定、多元、可持续的原料供给体系。

在品质管控上，康赛妮更是将极致做到了行业罕见。薛惊理常告诫团队：“心态决定命运，细节决定成败，心胸决定规模。”在康赛妮，品质没有妥协，细节没有例外，从一根纤维的细度、色牢度，到一条生产线的稳定性、一套标准的严谨性，都以顶奢标准苛求。正是这种“把简单做到极致，把极致变成习惯”的坚守，让康赛妮在全球客户心中建立起不可替代的信任。“康赛妮四宝”IP动画系列中，宝哥说：“公差标准千分之三是底线，不是上限。”这句话就是康赛妮对品质的铁律。正是这份近乎苛刻的坚守，让康赛妮的产品拥有无可替代的稳定性与高级感，也让其顺利叩开香奈儿、爱马仕、LV、巴宝莉等全球顶奢品牌的大门，从合作伙伴成长为核心供应商。



康赛妮以坚守立命、以匠心致远。

以硬核品质为底气，康赛妮在全球市场阔步前行。“四五”期间，企业坚持国际国内双循环、外销内销双引擎，在亚、欧、美多地设立分支机构，搭建覆盖全球时尚核心区的代理体系，形成“直营+代理+分支机构”的立体化全球营销网络。面对贸易摩擦、疫情冲击、消费变局等多重挑战，康赛妮团队无畏前行，将产品、品牌与文化推向世界舞台。

依托 CONSIGNEE、TOPLINE、ICCI 三大品牌矩阵，康赛妮成为 Pitti Filati 创办 83 年来首家正式入驻的中国企业，常态化亮相国际顶级展会超百场，登陆纽约、米兰、上海时装周，亮相华尔街时尚大秀、中国进博会、香港维港庆典，产品助力北京冬奥会、登央视春晚舞台，先后斩获“中国消费名品”“进博会推荐羊绒品牌”“全国文明单位”等多项荣誉。从原料深耕到品质极致，从全球布局到品牌绽放，康赛妮以坚守立命、以匠心致远，在世界奢侈品供应链中刻下鲜明而厚重的中国印记。

冲刺上市， 向着“中国的世界奢侈品品牌”迈进

跨越风雨征程，方能逆势领航；坚守实业初心，方能行稳致远。康赛妮的每一步坚实前行、每一次突破跃升，都源于薛惊理“一生只为一事、一事坚守一生”的赤子情怀，更源于一以贯之的战略定力与精神信仰。“我这一生就只做一件事：打造属于中国的世界奢侈品品牌。”这句誓言早已刻入企业基因，成为康赛妮穿越周期、领航产业的精神灯塔。

今年，康赛妮的“五五”（2026—2030年）时期正式启幕。站在承前启后的历史关口，薛惊理说，“五五”时期是企业“百年战略”从集体企业时代迈向社会企业时代的关键过渡期，康赛妮将坚守使命愿景、核心价值观不动摇，秉持科技、时尚、绿色、匠心发展理念不动摇，实现发展主线从基础建设向产品、市场、管理、品牌建设转型；将从追求“第一”向追求“唯一”跃升，推动市场地位从跟跑、并跑向全面领跑跨越；将以坚定姿态全力冲刺上市，向着“中国的世界奢侈品品牌”目标奋勇前行。

“坚持、进攻、永不放弃。”薛惊理说，这是康赛妮人的人生信条，更是面向未来的行动宣言。他表示，未来新征程上，康赛妮将继续以不屈斗志与实干精神，坚守实业初心、深耕高端赛道、冲刺上市目标、延伸产业链条、抢占新兴赛道，用匠心与创新铸就中国奢侈品全球竞争力，在世界奢侈品舞台上，书写属于中国品牌的百年辉煌。TA

五十年匠心启新程， 传递中国品牌温暖力量

波司登亮相 2026 世界品牌莫干山大会

■ 苏密 / 文

5月9—12日，2026世界品牌莫干山大会在浙江德清举办，中国羽绒服行业领军品牌波司登作为参会代表亮相。今年恰逢波司登创业五十周年，大会期间，波司登启动了“五十周年纪念系列活动”，并以“向上之境·波司登巅峰风尚大秀”为主题，呈现了一场兼具国际视野、东方意蕴与科技价值的时尚盛宴。

从1976年江苏常熟8台缝纫机起家，到产品畅销全球、规模领先；从一件御寒羽绒服，到六次登上纽约、米兰、伦敦、巴黎四大国际时装周，波司登用半个世纪的创新与变革，奏响了一个中国品牌的“世界声音”。

莫干山之夜上演“风尚大秀”

Vertex系列锚定潮流与科技双向融合，深耕硬核户外场景；巴黎大师泡美系列秉持“轻盈哲学”，以东方设计视角为全球羽绒行业注入全新灵感；轻薄羽绒系列实现跨场景、跨季节自由穿搭；风衣羽绒服则开辟全新品类赛道。四组产品从山野到都市，从寒冬到春夏，构建起一个完整的“温暖生态”。波司登正在用创新设计突破大众对传统羽绒服品类固有的认知边界。

“我们带来这场时尚发布秀，是波司登五十载品质匠心与创新精神的具象呈现。每一款产品都凝聚着五十年的科技积淀与美学探索。”波司登创始人、波司登集团董事局主席兼总裁高德康说，“我们期待通过这场发布秀，向大家传递更加国际化、时尚化、年轻化的波司登品牌形象，展现中国品牌的创新力量与文化自信。”

事实也的确如此，近年来，波司登通过多维度创新实践，进行系统性品牌升级，获得消费者认可。这场大秀的意义也不只是产品的呈现，更是一个品牌价值的系统性输出，中国品牌正在用科技创新和美学语言重新定义品牌的价值标准。

“科技+美学”驱动品牌价值深研

波司登的成长轨迹是中国品牌从中国制造迈向中国创造、从单一产品迭代升级为品牌价值跃迁的缩影。1976年深耕至今，波司登始终锚定羽绒服核心主业，潜心深耕科技研发，持续探索美学设计，中国羽绒服行业诸多关键突破与产品革新，都能从波司登身上找到“影子”。

科技，是筑牢品牌价值的硬核基石。

材料创新上，波司登携手全球顶尖供应链协同，集结国际高端原辅料材质，同时自研防钻绒核心工艺，打造全球首创专利空气自循环体系，构建起完善的技术壁垒，并在极地、高山、赛事等极限场景的验证中，持续夯实中国制造在科技功能服饰赛道的行业话语权与专业影响力。



波司登带来时尚盛宴。

数字化转型上，波司登以AI赋能“研产供销服”全价值链提质增效，以数智化赋能产业创新升级。“BSD.AI美学大脑”构建起从设计构思到虚拟成衣交付的数字化闭环，将头样开发时间从100天压缩至27天，样衣开发成本降低60%以上。

美学创新，则塑造了波司登品牌价值的软实力内核。

波司登不断打破功能与时尚的边界，例如叠变三合一冲锋衣羽绒服，实现功能性、穿着舒适度与现代美学的完美融合；携手北京国际电影节，以“多面登场”为设计内核，将电影光影艺术与东方美学意蕴融入服饰设计；高端产品线AREAL秉持“功能美学”理念出圈，实现中国时尚设计与全球潮流创意的同频共振。

五十载沉淀，波司登早已跳出传统“羽绒服制造商”的固有标签，成长为时尚科技功能服饰赛道的领军者、东方时尚理念的全球传播者，更是构建起完整价值体系、具备全球竞争力的中国标杆品牌。

下一个五十年，中国品牌的全球回响

过去，中国品牌的全球化往往被理解为产能输出或市场扩张。而波司登的实践表明，真正的世界时尚品牌必须是产品能力的全球化、美学语言的全球化、价值理念的全球化。

产品能力的全球化，意味着在材料、技术、工艺上与国际顶尖标准对齐；美学语言的全球化，意味着将东方文化基因与现代设计语言融合，创造具有全球辨识度的品牌表达；价值理念的全球化，则意味着从“卖商品”升级为“输出品牌价值”。

自创立以来，波司登便坚定走国际化发展道路，先后六次登陆纽约、米兰、伦敦、巴黎四大国际时装周，助力我国登山队登顶珠峰，追随中国科考队远征南北极，助力冬奥赛场斩获雪上项目中国首枚金牌，产品布局覆盖全球主要消费市场，把东方暖意、中国制造镌刻在世界版图之上。

《2026年全球品牌价值500强》报告显示，中国入榜品牌的整体估值创历史新高。这一数据的背后，是越来越多中国品牌在全球产业链价值链中的深度融入，是“中国智造”引领产业升级、东方美学设计风靡国际舞台的时代趋势。中国已成为全球品牌价值增长的重要引擎，波司登成为这一引擎中的重要动力之一。

站在五十周年新的发展起点，高德康表示，五十年是镌刻荣光的里程碑，更是奔赴未来的新起点。面向下一个五十年，波司登将始终坚守温暖初心，立足人们对美好生活的新需求、新期待，以品牌引领为核心，以AI赋能为动力，以高质量发展为路径，面向世界讲好中国品牌、中国时尚的创新故事。TA

玖姿安娜蔻的独立产品逻辑：定义“被设计的松弛”

三年前，玖姿安娜蔻（ANNAKRO）第一次出现在消费者眼前，不过是玖姿电商页面中一个不起眼的分类选项。但安正时尚集团的决策层心里清楚，这不是一次简单的线上区隔或价格带下探，而是一场关于“中国30+女性日常穿衣命题”的漫长且严肃的探索。

如今，这场探索的阶段性结论，被正式推向了台前。

4月25日，海宁，安正时尚集团文化产业园D7大礼堂，这座以皮革制造起家、如今横跨多品牌矩阵的集团腹地，见证了一个独立品牌的首次系统性亮相。“循迹漫游”2026夏季新品发布会上，60套服装，40分钟走秀，三大生活场景——通勤、轻社交、休闲日常，这是玖姿安娜蔻递交的首份独立答卷。

这不仅仅是一场秀。在“女为悦己者容”向“女为己悦而容”的时代转折点上，玖姿安娜蔻露出了它的远见：它要确立的不是一个价格带，而是一个关于“松弛”的定义权。

安正时尚集团董事长兼总裁郑安政将这三年称之为“慢生长”。他给出了一个颇具产品经理思维的定义：“松弛感不是懒散，更不是放弃修饰。它是一种需要被设计的生活能力。”

怎样才算是被设计的松弛？标准其实极其严苛：面料要有垂坠感但不能易皱，版型要宽松但不能显胖，颜色要柔和但不能没精神。每一件看起来“毫不费力”的衣服，背后都指向工艺的极致较真。这种对“真材实料”的坚持，贯穿于每一件产品之中。

玖姿安娜蔻2026夏季系列的核心叙事，并非围绕单一灵感展开，而是以“循迹漫游”为线索，系统性地解构了都市女性的三大生活场景。

循迹，是追随都市女性多元生活的轨迹；漫游，是从钢筋水泥的通勤日常，到精致惬意的轻社交时刻，再到奔赴山海的休闲假日。三种看似彼此撕扯的生活状态，在一季服装中实现了无缝的日常转译。



玖姿安娜蔻线下门店。

回望过往，从依附到独立，玖姿安娜蔻的成长路径，折射出中国服装产业从“爆款驱动”向“品牌深耕”转型的自然演进。

截至目前，玖姿安娜蔻在全国仅有5家线下门店，商圈定位聚焦于新一线和二线城市的二线商圈，以及三线城市的一线商圈。这与大多数电商品牌急于铺开线下终端的做法截然不同。

“加盟商觉得我们动作太慢了，希望更快一些。但其实我不太敢，还是注意控制节奏。”电商事业部负责人洪西生坦言，“我相信快就是慢——跑太快，后面问题一个接一个反而追不上。线下店不是跑量用的，是跑心用的。用户在线下摸摸面料，在骨子里泛起一丝情感触动，线上的转化率自然就上去了。”

事实上，正是郑安政与洪西生这种“一体两面”的默契——一人守品牌格局，一人紧贴地面推进——构成了玖姿安娜蔻能在行业如此艰难的环境下依然稳健增长的基本面。

而这场旅行，正如它的主题所言，无疑是一次志在成为常态的、漫长的“循迹漫游”。(方芳) TA

市场新机遇
产业新未来

yarnexpo

大湾区国际纺织
纱线博览会

2026.6.9 - 11
深圳会展中心(福田区)

messe frankfurt

官网报名: www.yarnexpo.com.cn
参展联系: 010-8522 9094 / 9807
参观联系: 010-8522 9833

国际纱线及
纤维采购平台

yarnexpo

中国国际纺织纱线
(秋冬)展览会

2026.8.25 - 27
国家会展中心(上海)

messe frankfurt

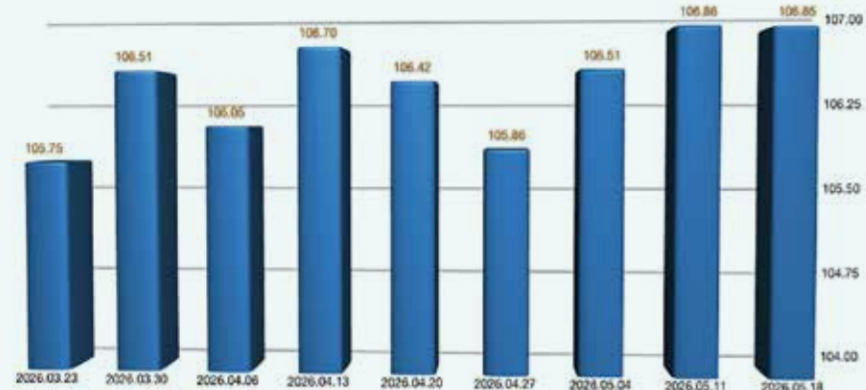
官方微信

春市营销略显回缩 价格指数环比微跌

20260518 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20260518 期纺织品价格指数收报于 106.85 点，环比下跌 0.01%，较年初上涨 1.37%，同比上涨 1.49%。

总价格指数



中国轻纺城春市营销略显回缩，其中：原料市场价值量环比微涨，坯布市场价值量环比下跌，面料市场布匹价值量环比回升，家纺类产品成交量环比下跌，辅料类价值量环比推升。

原料行情环比微涨，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 93.63 点，环比上涨 0.07%，较年初上涨 7.40%，同比上涨 7.93%。

纯棉纱类行情环比上涨，再生纤维素类行情环比上涨。近期，纯棉纱收报于 119.00 点，环比上涨 0.42%。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 16520 元/吨，环比上涨 10 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报 24450 元/吨，环比持平；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，实单成交量局部增加，贸易商及纺纱厂出货推升，批量性实单价格环比增加，织厂订单局部增加。

近期，再生纤维素类指数收报于 91.21 点，环比上涨 0.60%。粘胶短纤原料价格环比推升，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13980 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨。人造棉收报于 75.70 点，环比上涨 0.64%。人棉纱市场报价稳涨互现，30S 人棉纱价格报 18200 元/吨左右，环比上涨 200 元/吨；40S 人棉纱报 18500 元/吨左右，环比持平。人造丝收报于 103.56 点，环比上涨 0.17%。

混纺类行情环比上涨。近期，混纺类指数收报于 100.40 点，环比上涨 0.15%。涤棉纱收报于 98.03 点，环比上涨 0.56%。T/C65/35 涤棉混纺纱价格报 17150 元/吨左右，环比上涨 50 元/吨。涤粘纱收报于 91.99 点，环比上涨 0.60%。T/R65/35 涤粘混纺纱价格报 15020 元/吨左右，环比上涨 20 元/吨。织厂按需补货，需求局部推升，下游混纺纱市场成交环比增加，价格环比上涨。

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 114.10 点，环比下跌 1.01%，较年初下跌 0.50%，同比下跌 1.15%。

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：混纺纤维坯布收报于 113.42 点，环比下跌 3.48%，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值量环比下跌。

面料行情环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期面料类价格指数收报于 111.17 点，环比上涨 0.12%，较年初上涨 0.14%，同比上涨 0.74%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回升，春季面料补货环比下降，夏季面料下单环比回升，因对口客商入市认购环比推升，面料价格指数环比上涨。其中：麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、粘胶面料、涤棉面料、涤粘面料类成交量不等量上涨。

特色分类指数中：牛仔服面料指数收报于 108.15 点，环比上涨 3.15%，同比上涨 3.07%；风衣面料指数收报于 118.33 点，环比上涨 0.83%，同比下跌 0.77%；染色工艺面料指数收报于 115.70 点，环比上涨 0.33%，同比下跌 0.46%；提花工艺面料指数收报于 109.36 点，环比上涨 2.69%，同比下跌 0.91%；防霉、抗菌性面料指数收报于 103.03 点，环比上涨 0.68%，同比上涨 2.97%；防风性面料指数收报于 108.79 点，环比上涨 1.12%，同比上涨 5.28%。

家纺市场继续回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.93 点，环比下跌 0.10%，较年初上涨 0.03%，同比持平。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，家纺市场行情继续回缩，整体市场价格环比下跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交量和订单发货量环比下降。其中：窗纱类收报于 101.02 点，环比下跌 0.35%；工程窗纱收报于 100.62 点，环比下跌 1.05%；窗帘类收报于 102.08 点，环比下跌 0.08%；其他家纺类收报于 94.55 点，环比下跌 0.40%。

市场行情环比推升，辅料指数环比上涨

据监测，本期辅料类价格指数收报于 111.19 点，环比上涨 0.84%，较年初上涨 0.39%，同比下跌 1.18%。

本期辅料类价格指数环比上涨。其中：挂球和挂钩类收报于 100.84 点，环比上涨 3.65%；窗帘花边收报于 107.32 点，环比上涨 1.15%；窗帘轨道收报于 95.67 点，环比上涨 2.47%。

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。5 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，后市夏季面料供给将有所推升，夏季面料现货成交和订单发货将局部小增，织造企业开机率将环比推升，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



北市场

一区三楼毛绒专营区等你



入驻热线
TEL-0575

84111017

联系人：邵先生 雷小姐

中国时尚 FIRST STATION 女装面料第 **1** 站

- ▶▶▶ 1F 各类时尚女装面料
- ▶▶▶ 2F 针织布、里子布等面料
- ▶▶▶ 3F 针织布面料

地址:中国轻纺城东交易区
咨询电话:0575-84090052