

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 2025.08.25 | 第31期 | 总第1231期





RC RED COPPER
爱 · 的 · 陪 · 伴



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



实体店分布城市：济南、青岛、临沂
潍坊、烟台、郑州



RC官方抖音



RC微信公众号



「世界纺织看中国
中国纺织在柯桥」

第27届中国绍兴柯桥 国际纺织品博览会(秋季)

THE 27TH KEQIAO TEXTILE EXPO (AUTUMN),
SHAOXING CHINA

2025.11.6-8

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)、家用纺织品、创意设计
展会热线：0575-81181389 85520065

AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

社长	徐 峰
总编辑	刘 萍
副社长	刘 嘉
社长助理	张尚南
副总编辑	袁春妹 万 晗

总编助理 郭春花

采编中心

主编	徐长杰
	墨 影
副主任	董笑妍
	云娟娟
特邀主笔	郝 杰
主任助理	李亚静
编辑/记者	陶 红
	夏小云
	裴鑫榕
	许依莉
美编	郭 森
	余 辉

市场推广中心

总监	吕 杨
副总监	罗欣桐
主任	雷 蕾
	王振宇

浙江运营中心

总监	赵国玲
副主任	王 利
记者	边吉洁
	王耀祖
	唐小狄

行政管理中心

总监	崔淑云
副总监	黄 娜

办公室	
主任	刘 萍

财务部

主任	崔淑云(兼)
主任助理	张 艳

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:纺织服装周刊

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*

爱心传递，“纺织之光·爱益行”走进新疆
反内卷、调结构，湖北棉纺企业呼吁统筹考虑行业整体促发展
浙江理工人工血管研发技术取得重大突破

08

关注 *Attention*

坚持长期主义，共议品牌价值增长！
王玉平：三十载见证跨界变革，一根丝守护生命健康
天富龙上市，募资扩大差别化复合纤维产能



12

特别报道 *Special*

兴城泳装，以“一尺布”再掀产业巨浪
踏浪而兴，东北亚泳博会点亮“全球泳装供应链之都”
跨国对接，解锁全球泳装产业协同创新密码
从“规模优势”向“数智优势”跨越！
东北亚合作赋能兴城泳装，电商引领产业新增长

16

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

聚源头、融家居、链全球！
以主导权破局，打通产业链“任督二脉”
2025 年布艺软装行业创新发展之路怎么走？这场会议干货满满

20

棉纺 *Industry*

以产业联动促聚变创新

22

长丝织造 *Industry*

承压前行，展现强大发展韧性

24

化纤 *Industry*

“供需两弱”缓解，出口保持增长

25

品牌 *Brand*

高德康出席企业家年会，新质生产力领航冰雪经济

26

指数 *Index*

市场成交继续推升 价格指数环比上涨



刘 萍
《纺织服装周刊》总编辑

“硬笔”书写软实力

从孤身一人到辽宁兴城创业，到带动家乡近百人前来开办泳装厂，歌曼泳衣创始人彭伟十年来已将自产泳装卖到了欧美中高端市场。面对市场波动，跨境电商给了他十足底气：“2024 年底推出的一款新品在亚马逊平台单款销量达 20 万件，过硬的产品品质是应对挑战的根本。”

政府的支持更是彭伟的信心来源——在日前举行的 2025 东北亚（兴城）国际泳装博览会上，辽宁省、葫芦岛市、兴城市三级政府发声：大力支持东北亚泳博会成为激发葫芦岛市全域经济活力的盛会、全球泳装第一展，不断增强泳博会引领消费、促进投资、便利贸易、拉动经济的重要作用。政府将持续优化跨境电商生态，完善海外仓布局与物流网络，为泳装企业出海提供全链支持，“让兴城泳装不仅‘走出去’，更能‘走得稳、走得远’”。

40 年前，兴城小巷深处，第一代泳装人凭借一台缝纫机、一双巧手，点燃了泳装制造的星星之火。40 年后，从“生存”到“生态”，从“贴牌”到“品牌”，从“跟跑”到“领跑”，泳装人一针一线，编织出一个百亿级的产业传奇！如今，兴城每年 2 亿件的泳装产能中，70% 远销世界各地，占全球四分之一市场份额，“兴城制造”为全球海滩镶上了一道绚丽的花边。

兴城泳装人的创业故事，曾在去年热播的电视剧《乘风踏浪》中得以表现；而兴城泳装人的新故事，将在“城市文化+泳装产业”全球化宣传战略下硬笔书写。兴城市委书记陈玮在发布这一战略时提出三大核心举措：打造“古城潮韵”文化系列泳装，将钟鼓楼、温泉等城市符号转化为设计元素；启动“泳装+文旅”全球推广计划，在东北亚、中东等重点市场举办文化主题秀；搭建多语言数字传播平台，通过跨境直播讲述“泳装里的中国故事”。

中国纺织服装的硬实力毋庸置疑，中国纺织服装的软实力更需彰显。中国纺织工业联合会会长孙瑞哲曾指出，我们的纺织服装企业存在“有产品，无品牌；有元素，无体系；有表达，无影响”的现状。如何打破这一印象锁定？在 2025 中国纺织服装品牌大会上，《提升中国纺织服装品牌故事力的倡议书》正式发布。

通过讲好品牌故事，提升中国品牌叙事力与文化软实力——《倡议书》从四个方面提出具体方向：以科技攻坚铸产品之魂，让叙事有筋骨；以绿色实践解时代之问，让叙事有气节；以文化自觉立品牌之格，让叙事有温度；以行业共振聚传播之势，让叙事有回响。

从产品力到品牌力，今天的中国纺织业要以“硬笔头”书写好软实力。从我做起、从会刊做起，让我们以叙事革新为炬火，在全球舞台绽放更大光彩，让中国故事在布料经纬与时代脉搏的交织中不断续写辉煌。

View point / 产经看点

近年来上合组织区域
经济合作不断取得新进展。
其中货物贸易规模持续扩
大。上半年，中国与其他
成员国货物贸易额达 2477
亿美元，同比增长 0.8%。
——商务部

2024 年 4 月 至 2025
年 7 月，全国企业采购
机械设备类金额同比增长
7.3%，设备更新支撑作用
进一步凸显。
——国家税务总局

7 月份我国跨境资金
流动总体稳定，企业、个
人等非银行部门跨境收入
和支出规模处于历史高位，
收支基本平衡。其中，货
物贸易资金净流入环比增
长 33%，保持高位运行。
——国家外汇管理局

2025 年超长期特别国
债支持设备更新的 1880 亿
元投资补助资金已下达完
毕，支持工业、用能设备、
能源电力、交通运输、物
流等领域约 8400 个项目，
带动总投资超过 1 万亿元。
——国家发展改革委



纺织服装周刊
微信订阅号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织服装融媒体
抖音号



纺织机械
微信订阅号



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

爱心传递，“纺织之光·爱益行”走进新疆

8月14日，中国服装协会联合纺织之光科技教育基金会，在新疆喀什启动“纺织之光·爱益行——爱心传递·衣暖南疆”公益活动，向新疆维吾尔自治区工业和信息化厅驻村工作队所在的麦盖提县库木库萨尔乡和吐曼塔勒乡13个村的村民捐赠衣物。本次活动由中国服装协会会员企业比音勒芬集团、特步集团捐赠全新品牌衣物共计12780件，总价值921万元。

中国服装协会常务副会长谢青在致辞中表示，新疆是我国重要的纺织服装产业基地，麦盖提县作为新疆优质棉主产区，更是拥有独特的文化底蕴和发展潜力。希望此次捐赠不仅为乡亲们送去实实在在的温暖，也希望通过这样的行动，让更多人关注到麦盖提县的发展，逐步搭建起行业与边疆地区合作的桥梁。未来，中国服装协会将充分发挥行业平台作用，推动更多服装企业关注边疆发展，让纺织服装产业成为促进民生改善、民族团结的“幸福产业”。

纺织之光科技教育基金会代理理事长陈志华在讲话中表示，喀什是“一带一路”重要节点、中巴经济走廊的起点、南疆城市群的区域中心，被称为“丝路明珠”。喀什深厚的历史底蕴和重

要的现实地位，赋予了本次捐赠活动特别的意义。在当前新疆大力发展纺织服装产业的大背景下，纺织之光科技教育基金会希望以此次捐赠活动为契机，为新疆的发展做出更多的贡献。

新疆维吾尔自治区工业和信息化厅二级巡视员王清宣读了工信厅党组致中国服装协会、纺织之光科技教育基金会和爱心企业的感谢信。麦盖提县委常委、常务副县长刘远对自治区工信厅、中国服装协会、纺织之光科技教育基金会及爱心企业的帮扶表示了衷心的感谢。

随后，驻村工作队组织村民代表有序领取了首批爱心衣物。村民代表海日古丽说：“每年入秋发愁的一件事就是要有一笔家庭开支，给全家人添置新衣。这次领到的衣物种类齐全，从夏装到冬装、鞋帽都有，解决了村民家庭的实际困难，让我们深深感受到了党和政府，以及爱心企业的温暖关怀。我们一定倍加珍惜这



捐赠活动展现了纺织服装行业“衣被天下，温暖人间”的使命担当。

份爱心，用感恩之心和勤劳双手创造更加美好的生活！”

此次捐赠活动是纺织之光科技教育基金会、中国服装协会积极落实国家乡村振兴战略的重要举措，展现了纺织服装行业“衣被天下，温暖人间”的使命担当，诠释了爱心企业比音勒芬集团、特步集团“心系民生、回馈社会”的深厚情怀。相信在社会各界的共同努力下，新疆乡村一定会在各民族的同心奋斗中更加繁荣美丽，中华民族共同体的根基更加牢固，共同富裕的美好愿景必将实现。（辛文）

反内卷、调结构，湖北棉纺企业呼吁统筹考虑行业整体促发展

近日，中国棉纺织行业协会副会长王耀一行会同湖北省纺织行业协会秘书处、赛得利集团有关专家赴湖北调研，实地走访了武汉市、汉川市、襄阳市等地区，了解当前棉纺织企业生产运营、产品开发、转型升级等有关情况，并交流探讨行业发展路径。

调研组先后走访了武汉裕大华纺织服装集团有限公司、际华三五零九纺织有限公司、湖北名仁纺织科技有限公司、湖北蜀峰线业发展有限公司、际华三四二纺织有限公司、湖北金恒昌纺织有限公司、湖北省襄阳市泰明实业有限公司等棉纺织企业。

湖北省纺织产业历史悠久、底蕴深厚，从近代工业摇篮到计划经济时期的“棉纺大省”，再到特色化、品牌化、集群化发展，形成了比较完整的纺织产业链，其纱、布产量持续位居全国前列。近年来，湖北省棉纺织产业进入转型升级的调整期，特别是在差异化混纺纱、缝纫线、涤棉混纺面料、高档功能性面料等多个领域呈现出独特的发展优势。

汉川市是全国规模最大的缝纫线产业集群，形成了集纺纱、织布、印染、服装于一体的产业链。据了解，当地缝纫线产能规模达260多万锭，约占全国缝纫线总产能的三分之二，是湖北省重点成长型产业集群。

襄阳市将纺织服装产业列为“六大重点产业链”之一。据了解，

襄阳目前喷气织机保有量约4万余台，当前通过加速推动转型升级，产能结构进一步优化，其功能性混纺布在全国市场占有率较大，且在高支高密面料、功能性面料、特种防护服装等领域具有相对优势，着力打造国家级功能性面料服装暨纺织新材料产业生产基地。

走访过程中企业表示，上半年整体生产运营情况不及去年同期，当前正值行业传统淡季，开机率基本维持在70%—80%；员工以本地人为主，职工老龄化严重，电费约0.67元/度，一线工人平均工资5000—6000元/月。由于新疆地区在电费、运输、政策补贴等方面的成本优势，内地企业在常规纯棉纱市场上受到较大冲击，价格内卷严峻，湖北省作为我国传统的棉纺织集聚区，企业经营压力进一步加大。为应对国内外市场形势，企业以市场需求为导向，结合自身实际和优势，有序调整产业结构和产品结构，加速智能化改造，积极拓展国内外市场等，在挑战中探索突围路径。与此同时，企业呼吁希望国家政府部门统筹考虑行业整体情况，维护国内纺织产业平稳健康发展。

调研组表示，当前国内外经济环境复杂多变，不确定因素增加，产业链供应链深度重构，叠加市场竞争激烈且内卷严重，行业企业要稳定基本盘，坚定信心，守正创新，围绕“科技、时尚、绿色、健康”新定位，发挥湖北省棉纺织产业科技研发、专精特新等方面优势，把握转型升级关键期，重塑市场竞争新优势。（江海）

浙江理工人工血管研发技术取得重大突破

近日，浙江理工大学宣布取得重大突破，成功研发首款ePTFE集成一体式CoreVascu人工血管，并在临床成功完成首例植入手术。

人工血管是守护生命健康的创新医疗器械，可替代人体动/静脉，被广泛应用于血管置换、血管搭桥等手术。目前，小口径人工血管（内径<6mm）制备较为困难，技术被美国戈尔、巴德等公司垄断，价格昂贵。面对国外垄断的困局，浙江理工大学科研团队迎难而上，突破ePTFE材料的核心奥秘，充分发挥学校在纤维材料加工成型、精密结构设计领域的深厚积淀，对ePTFE进行深度“编织”与优化。

历经大量基础研究、严苛动物实验，ePTFE材料最终在生物相容性、长期通畅率、抗穿刺分层等关键性能上实现质的飞跃，为CoreVascu人工血管奠定了不可撼动的科学基石。这一突破不仅是材料领域的跨越，更标志着纺织前沿科技向生命健康领域的战略性拓展。

从实验室的纤维图谱，到患者体内的“生命通路”，CoreVascu人工血管的诞生是科技创新与产业创新深度融合的典范。浙江理工大学与江西三鑫医疗科技股份有限公司紧密协同，临床专家深度参与，确保研发紧贴临床痛点。

首例CoreVascu人工血管在南京医科大学第二附属医院肾脏病医学中心成功植入并圆满完成透析治疗，整个透析治疗过程血流通畅稳定，透析后未发生渗血等并发症。其独创的集成式一体化设计有效规避穿刺分层风险，具有优异的生物相容性，临床优势显著。从植入成功到透析捷报，

东华大学携手联合国工业发展组织，增进全球合作

日前，联合国工业发展组织与东华大学在联合国总部维也纳国际中心签署合作谅解备忘录，双方在全球可持续纺织与服装产业合作方面迈出坚实一步。联合国工业发展组织可持续发展目标创新和经济转型司执行干事冈瑟·贝格尔、东华大学校长项延训分别代表双方出席。

贝格尔在致辞中指出，此次备忘录的签署是双方共同愿景的体现，通过联合开展纺织与服装领域的创新研究、培训与能力建设项目、非物质文化遗产展览和全球学术论坛等形式，发挥双方创新、学术与产业经验，促进技术转让、人才培养与绿色产业生态系统建设，推动发展中国家纺织服装产业的可持续发展。

项延训表示，东华大学愿以此次合作为契机，深化与联合国工业发展组织的战略协作，在南南合作框架下携手推动绿色技术、文化传承与人力资源发展，为全球纺织与服装产业共赢与环境可持续作出贡献。

此次合作聚焦纺织与服装产业领域，将涵盖技术研发、绿色创新、能力建设、人才交流、全球论坛举办以及纺织类非物质文化遗产保护等多个方向。备忘录还提出共同探索设立“工发组织—东华大学绿色与可持续纺织联合学院”，打造面向全球的卓越研究与工程教育平台。双方合作不仅深化了中国与联合国系统之间的教育与技术合作，也为实现联合国2030年可持续发展议程，特别是第九项“产业、创新和基础设施”目标提供了强有力的支撑。未来，东华大学与联合国工业发展组织将以此次谅解备忘录为起点，推动更多具有全球影响力的项目落地，助力纺织行业绿色化、智能化、高端化发展。（董华）

CoreVascu以完美临床表现预告我国高端人工血管时代的到来。

CoreVascu人工血管的成功研发，不仅打破了国外垄断，为尿毒症患者等群体带来可及的生命希望，更彰显浙江理工大学服务国家重大需求、守护人民生命健康的使命担当。这是学校纺织学科前沿创新力的璀璨结晶，是学校教育、科技、人才一体化自主培养拔尖创新人才的丰硕成果。

目前，CoreVascu人工血管已加速推进多中心临床试验。浙江理工大学将以纺织科技为刃，以人民健康为任，推动这一自主创新的“生命线”早日惠及全国，为中国医疗器械高质量发展注入澎湃的“理工力量”。

在健康中国战略引领下，浙江理工大学纺织学科率先构建以“需求牵引、医工协同、产教融合”为核心的创新人才培养体系，以纺织科技重新定义医疗健康，以交叉融合重塑人才培养。一直以来，学校坚持从第一性原则出发，以人民健康需求为根本导向，深度融合纺织科学与生物医学、机械工程、材料科学等学科。通过多学科导师联合指导、真实科研项目实战训练、医工协同创新平台支撑，学校构建了“需求洞察—基础研究—技术攻关—临床应用—人才培养”的全链条创新生态和“教科人一体化”培养范式。这一闭环模式确保每一项科研直指临床痛点，每一门课程对接产业需求，每一位学子在解决真问题中成长为既懂纺织技术又通医学原理的复合型创新人才。（综编）

强强联手！华峰化学与伊士曼正式达成战略合作

8月13日，全球领先的新材料制造企业华峰化学公司，与全球特种材料制造企业美国伊士曼化工公司正式达成战略合作，双方计划成立一家合资公司，生产和开发伊士曼Naia™醋酯纤维素长丝纤维。这也是Naia™醋酯纤维素长丝纤维首次实现在中国本土制造生产，完善了该纤维在中国的供应链，更好地满足中国和亚太区对高质量创新材料的市场需求。

华峰化学公司作为长期深耕氨纶纤维、聚氨酯原液和己二酸三大产品领域的主板上市企业，拥有二十多年研发和制造化学纤维的丰富经验，在氨纶纤维领域的市占率长期保持国内第一、世界领先。伊士曼公司是一家特种材料公司，其产品广泛应用于人们日常生活的各个领域，公司旗下的Naia™醋酯纤维素长丝纤维，在全球市场占据龙头地位。

随着人们对特种纤维材料的功能性和可持续性的追求，醋酯纤维素长丝纤维凭借其独特的丝滑悬垂性、干爽舒适、易打理特性和广泛的适应性，成为高端面料的新宠儿。目前，中国是醋酯纤维素长丝纤维全球重要消费市场，市场规模和需求量呈现稳定增长态势。

华峰化学公司伊士曼项目总负责人杨从登表示，通过与伊士曼合作，期待将本土优势与国际资源有机结合，实现从技术创新、产品研发、生产到服务的全链条本土化，携手推动醋酯纤维素纤维产业链的可持续发展。

伊士曼纺织事业部总经理Ruth Farrell表示，中国是全球最大的纺织供应链所在地，也是技术和产品创新的前沿阵地。公司与华峰一起走过了多年的创新历程，这一合作伙伴关系将提供更多的产能支持，同时进一步提升技术创新能力。

据悉，两家企业在合作协议签订后，醋酯纤维素纤维产品的产业化进程将进一步加快，并在近期实现有效产能的达成。（罗鸣）



大会发布了《提升中国纺织服装品牌故事力的倡议书》。

坚持长期主义，共议品牌价值增长！

2025 中国纺织服装品牌大会举办

■ 本刊记者_董笑妍

全球产业链加速重构叠加消费市场迭代提速，使中国纺织服装行业处于转型升级的关键点，规模时代悄然落幕，取而代之的是以“智识”为锚点、“见识”为路径、“胆识”为动能的品牌时代。8月17日，浙江海宁许村镇，2025中国纺织服装品牌大会以“锦绣东方 品牌向上”为主题，共探品牌建设的前沿逻辑与实践方法论。本届大会由中国纺织工业联合会主办，中国纺织工业联合会品牌工作办公室、中国纺织信息中心承办，海宁市家用纺织品行业协会协办，海宁中国家纺城股份有限公司支持。

出席本场大会的有来自国家部门、国家行业协会和央媒的领导与专家：中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，中国工程院院士、东华大学机械工程学院教授孙以泽，中国纺织工业联合会副会长杨兆华、阎岩，中国纺联专家咨询委员会委员曹学军，国务院发展研究中心世界发展研究所原秘书长、研究员郑砚农，南方周末报社党委副书记、总经理，南方周末研究院副院长兼秘书长孟登科，新华社中国广告联合有限责任公司副总裁、党委常委兼新华社《中国名牌》杂志社编委会副主任古斯敏；来自浙江省海宁市政府部门的领导：海宁市政协主席周红霞，海宁市人民政府副市长章如强，海宁市政协副主席徐霞芳；以及大会举办地的领导：海宁市许村镇党委书记许新峰等。中国纺联副会长阎岩主持大会。

这场大会不仅是中国纺织服装行业的年度思想盛宴，更是一次关乎行业未来十年竞争格局的深度对话——当科技与文化碰撞，当区域与全球共振，中国品牌如何以创新之姿突破“内卷”，在全球化语境中构建独特价值？

智识领航：定位品牌发展的战略方向

国家品牌战略与区域经济协同发展，正成为品牌突围的核心驱动力。大会开场，重量级领导嘉宾从政策、产业、技术及区域经济多维度，解析当下的机遇与挑战。这不仅关乎行业顶层设计的落地，更将回答一个关键命题：在全球化竞争加剧的当下，中国品牌如何通过“国家—区域—企业”三级联动，构建更具韧性的发展生态？

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲在致辞时表示，海宁许村是特色产业与全球时尚交融之地。今年外部环境变化，但中国纺织工业稳中向好，上半年全国规模以上纺织行业增加值同比增长3.1%，纺织品服装出口总额同比增长0.8%，其中品牌建设是亮点与引擎，品牌正在重塑价值体系，激活消费潜能，优化产业生态。

做强国内大循环是战略重点，品牌在构建新发展格局中具有特殊价值。当前，品牌发展需把握新逻辑：一是人工智能之机，AI带来范式变化，品牌服务要满足个性化要求，催生新品牌主体，品牌叙事要在用户共创中闭环；

二是市场需求之变，品牌创新是系统性变革，要实现从“流量思维”向“留量思维”转型；三是绿色价值之实，绿色转型从成本转为资产，品牌建设要将绿色理念提升为核心议题。

他提出了三点期望：打造自立自强的品牌内核，挖掘传统文化价值，加快核心技术攻关；构建高效协同的品牌体系，推动产业链等融合，打造共生共荣生态；拓展内外融通的品牌布局，以全球视野推动品牌建设，推动产品、区域品牌协同共进。

海宁市政协主席周红霞致辞表示，纺织服装是海宁的传统优势产业和千亿时尚产业的重要组成部分。海宁已形成涵盖原料、织造、深加工、成品的完整产业链，入选浙江省现代纺织与服装产业集群协同区。许村镇作为主会场所在地，以北家纺、南服装为主导产业，拥有8000余家服装企业和15万从业人员，是杭派女装主产地和国内最大提花面料基地，其中上百家企业研发汉服面料引领国风潮流。她建议，“十五五”期间，海宁应推动纺织服装产业向高端化、智能化、绿色化升级，通过创新融合、品牌培育等举措，未来五年培育3家以上百亿企业。

品牌叙事：从故事到价值的跨越

中国纺织工业联合会品牌工作办公室副主任王晴颖主持活动部分议程。品牌的价值，始于故事，终于认同。在行业的瞩目和期待中，“2025中国纺织服装品牌故事”发布仪式盛大举行，成为洞察中国纺织服装产业转型升级的重要窗口。6月份，中国纺联正式启动了中国纺织服装品牌故事的征集推广工作，中国品牌在输出品牌故事上，立足于技术创新、文化传承、渠道突围、情感共鸣、绿色共生等维度，在塑造鲜明品牌人格、完善身份建构方面的不同叙事角度和创新策略。

此外，会上中国纺织工业联合会副会长杨兆华；中国纺织工业联合会副会长阎岩；海宁市许村镇党委书记许新峰；鄂尔多斯羊绒服装集团总经理戴塔娜；达利丝绸（浙江）有限公司党委书记、董事长林平；波司登股份有限公司副总裁王晨华；真维斯国际（香港）有限公司董事兼副总经理刘伟文；中国纺织工业联合会新闻办公室主任徐峰；新华社中国广告联合有限责任公司副总裁、党委常委兼新华社《中国名牌》杂志社编委会副主任古斯敏；南方周末报社党委副书记、总经理，南方周末研究院副院长兼秘书长孟登科共同登台发布了《共塑时代叙事 彰显中国气度——提升中国纺织服装品牌故事力的倡议书》，体现了基于品牌叙事能力的提升，联动协会、知名品牌、区域发展以及社会影响力媒体的融合生态正在加速形成，旨在打造有筋骨、有气节、有温度、有回响的品牌叙事力。

创新赋能：科技重构产业基因

智能制造、绿色技术、先进材料——当科技成为品牌竞争的底气，产业基因正经历前所未有的重构。剖析新质生产力如何赋能产品创新、提升生产效率、重塑消费体验。这场演讲揭示了一个核心问题：品牌从“成本竞争”转向“价值创造”的关键是什么？

中国工程院院士、东华大学机械工程学院教授孙以泽带来了“新质生产力赋能品牌建设”主题演讲，他表示，品牌建设内涵丰富，高品质制造是基础，涵盖精湛工艺、严格质量把控、多标准建设及细节打磨。同时，品牌需有地域文化根基、标志性设计语言与精准价值观传递，通过高端设计塑造稀缺性与高价值，实现创新驱动。而新质生产力在纺织领域体现为创新驱动，包括智能制造、绿色低碳发展、生产模式变革、产业链协同升级及高素质人才体系建设等。

区域进阶：彰显“许村提花面料”的差异化价值

会上，“许村提花面料”区域品牌发布成为另一大亮点，首次向全球揭晓其量化评估成果。许村提花面料依托40多年的纺织产业积淀，作为全球最大的提花家纺面料生产基地，拥有“经纬造境”的核心竞争力。

中国纺联副会长杨兆华向许村镇党委书记许新峰颁发品牌价值研究成果。此次价值发布旨在依据区域品牌价值衡量的相关国家标准，研究区域品牌建设的量化表达，同时通过《从一朵提花开始——许村织梦记》的实地拍摄，结合讲好区域品牌故事，为纺织产业集群转型升级，探索一条理性与感性兼具的区域品牌影响力提升之路。

主旨报告：区域与城市的品牌创新

区域品牌是城市经济的“血管”，更是产业升级的“引擎”。那么在“双循环”新发展格局下，区域品牌应如何突破地理边界，成为城市竞争力的核心载体？

国务院发展研究中心世界发展研究所原秘书长、研究员郑砚农以“高质量发展与区域（城市）品牌创新传播——寻找海宁的‘城市客厅’”为题，为海宁区域品牌建设路径提出中肯建议。他以荣昌政府食堂、淄博烧烤的案例为切入点，指出区域品牌打造的核心逻辑：要以地域文化为内核、政府主导为引擎、民生需求为导向、流量为跳板，同时需规避短期效应，实现可持续发展。结合海宁实际，郑砚农进一步提出，其“城市客厅”应凸显“科技为骨、文化为魂、时尚为形”。海宁具备长三角区位协同、产业基础雄厚等优势，可定位“国际品质潮市”，将钱塘江潮文化基因与全球时尚产业标杆相融合，打造集设计、智造、引领时尚、绿色可持续发展为一体的长三角特区，充分发挥产业集群、全链条覆盖等差异化优势。在实施路径上，他建议，海宁推动产业升级、建设数字时尚策源地、加强品牌传播、践行可持续发展，建立并依托“杭嘉时尚走廊”深化区域协同发展，向世界传递海宁设计、海宁标准、海宁品质与海宁品格。



实践探索：行业先驱的增长密码

品牌向上的本质，是长期主义与差异化竞争的平衡。会上，三位嘉宾从实战角度，分享品牌价值增长的底层逻辑：如何通过文化积淀构建“超级基因”，如何在碎片化消费时代实现“内容营销”的创新突破。当下零售市场变化复杂，电商重塑消费和商业逻辑，中国品牌面临挑战。鄂尔多斯羊绒服装集团总经理戴塔娜在作“长期主义理念下的品牌价值增长——在时间中沉淀温暖”主题分享时表示，鄂尔多斯于1988年在央视投放广告“温暖全世界”开启全国布局。多年来，在品牌塑造上，鄂尔多斯坚持长期主义，注重原创设计，如今设计周期依旧长达六个月；与代言人刘雯也合作达16年，与她一起从简单代言到深度塑造品牌；在生产方面，鄂尔多斯追求坚守与创新融合，全球首创微生物染色羊绒制品，力推可机洗羊绒衫，重视原料品质；可持续发展上，鄂尔多斯建立绿色原料网络，80%产品可追溯，并开发8类可持续发展产品，下游养护中心每年服务超40万件。此外，鄂尔多斯在原料牧场养殖、科研、社区贡献、原料收储等多方面发力，正致力于助推行业发展，提升中国品牌文化影响力，塑造受尊重的品牌价值。

安正时尚集团董事长兼总裁郑安政以“从价格到价值：品牌质价比增长的战略跃迁”为题，分享了企业发展路径。郑安政提出“质价比”战略，强调不要低价竞争，而是在稳定价格下，通过提升面料、工艺和设计等，实现同价位最优品质，满足中消费群体日常场景下的轻奢体验。围绕该战略，集团推行七大核心经营策略，包括DTC转型升级、品牌力战略、全渠道升级、研产销一体化、时尚消费品孵化、可持续的组织力、管理体系改革等，如布局IP矩阵、发展直播电商、打造旗舰店模式，同时以消费者为核心推进研产销一体化，导入华为2C版本IPD>M体系，强化组织力与管理体系，推动品牌从价格竞争迈向价值竞争。

南方周末报社党委副书记、总经理，南方周末研究院副院长兼秘书长孟登科围绕“品牌故事：跟谁讲、找谁讲、怎么讲？”展开分享，他表示，品牌不同于企业，规模实力不等于品牌能力，企业讲品牌故事时要明确受众，对此他总结了品牌讲故事的六个方向：对国家讲，如海尔讲中国制造转型；对海外市场讲，要注意叙述方式，如游戏“原神”以传统文化进行讲述；对国内市场 and 用户讲，如方太讲幸福生活方式；对地方政府讲，重在展示社会价值；对生态伙伴讲，重在描述供应链战略；对员工讲，如平安的35周年宣传片，用人文温暖人心。另外，企业不仅要知道向谁讲，还要考虑通过什么介质讲，针对不同介质的媒体，也要有相应传播方法与重心。

高峰对话：品牌向上，激活消费新体验

当消费市场进入“体验经济”时代，品牌如何通过技术赋能与文化影响力实现逆势突围？在中国纺织工业联合会品牌工作办公室副主任王晴颖的主持下，真维斯国际（香港）有限公司董事兼副总经理刘伟文；新华社中国广告联合有限责任公司副总裁、党委常委兼新华社《中国名牌》杂志社编委会副主任古斯敏；南方周末报社党委副书记、总经理，南方周末研究院副院长兼秘书长孟登科；郁香菲品牌董事长、浙江玄艺服饰有限公司董事长丁仕兵；深圳歌力思服饰股份有限公司集团总经理助理兼集团供应链管理中心总监赵建峰；海宁中纺面料科技有限公司总经理贺荣等六位嘉宾直面核心议题：在碎片化消费场景中，品牌如何通过“价值共鸣”与“极致体验”构建差异化竞争力？持续输出直面市场的“胆识”策略，为行业提供破局灵感。

理论需落地，创新需验证。大会尾声，与会嘉宾们还共同参观了2025海宁中国·国际家用纺织品（秋季）博览会。

从国家战略的顶层设计到区域品牌的协同创新，从科技赋能的产业重构到文化共鸣的品牌叙事，这场大会不仅描绘了行业未来的蓝图，更凝聚了无数从业者的信念与勇气。当“智识”成为指南针，“胆识”化作推进器，相信中国品牌必将以更开放的姿态拥抱全球市场，以更坚定的步伐走向世界舞台中央。TA



● 本系列为“纺织之光”科技奖励 15 周年特别报道 ●

愉悦家纺轮值董事长、总经理王玉平：

三十载见证跨界变革，一根丝守护生命健康

■ 本刊记者 _ 耿聃



王玉平

你或许难以置信，从织造美丽的服饰到维系生命健康，都可以源自一根丝线。而这种跨界变革的见证者与推动者，正是深耕行业三十余载的“纺织匠人”王玉平。

本期《我是纺织人·科技特辑》，聚焦愉悦家纺轮值董事长、总经理王玉平，讲述愉悦家纺从传统纺织业向健康领域的跨界变革，以及如何借势国家战略、锚定消费者需求，在健康纺织赛道实现突破的故事。

从“织就温暖”到“守护生命”： 一场始于国家战略的转型

1995 年从浙江丝绸工学院毕业后，王玉平亲历了中国纺织行业“从跟随到引领”的高速发展期。“国家提出‘健康 2030 中国’规划纲要，作为企业必须顺势而为。”他提到，转型的契机源于对时代需求的洞察——随着人民物质生活水平提升，“健康”成为消费者的核心诉求。而国家战略的出台更让愉悦家纺坚定了方向：从传统家纺向健康纺织赛道突围。

这一转型并非偶然。王玉平说，企业决策层是从“国家战略”与“消费者需求”双维度出发，将健康纺织分为两步推进，第一步聚焦睡眠健康，研发冬暖夏凉的助眠家纺产品；第二步则向医疗领域跨界，研发植入式纺织品，其中最具有代表性的便是临床应用已超 200 例的“纺织材料大血管”。

见证关键技术突破： 纺织人的韧性与创新

时代有所呼，青春有所应。从青年到两鬓斑白，作为愉悦家纺多项关键技术研发的重要参与者，王玉平用无数平凡的日子，探索未知领域，身体力行地带领团队诠释了夜以继日带来的可能性。

“人工大血管 99% 以上依赖进口，这是典型的‘卡脖子’技术。”他坦言，将纺织材料应用于医疗领域面临两大瓶颈：一是纺织材料与医学生物材料的性能差异，二是传统纺织与医用纺织品的标准鸿沟。

“从设备研发到制造流程设计，整个过程由企业技术团队自主完成。”王玉平强调，团队通过材料性能优化、生产标准重构，最终使产品不仅满足医学功能需求，而且多项指标达到国际水平。目前，该技术已进入临床推广阶段，计划 2026 年完成资质申请并正式上市。这一突破不仅填补国内空白，更印证了纺织材料在医疗健康领域的应用潜力。

怀抱梦想又脚踏实地，王玉平和愉悦团队为中国纺织科技自立自强书写了新的篇章，获得认可与荣誉。截至目前，愉悦家纺共有 9 项纺织科技项目获得“纺织之光”中国纺织工业联合会科学技术奖，其中 6 项获得一等奖。

王玉平说：“纺织之光科技教育基金会对愉悦的科技创新起了助推器的作用。行业的发展离不开基金会的推动、推广和发扬光大，这对企业的发展是至关重要的。”

产业链融合与未来展望： 以“一根丝”编织健康生态

在王玉平看来，健康纺织的核心在于“传统纺织与医疗健康产业的相互赋能”。他提到，企业通过两大路径实现产业链融合，一方面医疗健康产业的需求倒逼传统纺织技术升级；另一方面纺织材料的创新持续支撑健康产业发展。“传统纺织客户可借助我们的健康产品升级结构，医疗领域客户也需要纺织技术方案，两者形成了互补生态。”谈及未来，王玉平表示，企业将深耕健康纺织领域，通过 AI 技术打造个性化健康产品。“健康是个性需求，要满足每一个人的健康个性需求。”他透露，愉悦家纺一直以来都是以“创新与变革”为基因，未来会继续探索更多纺织材料在医疗、健康等领域的应用。

“纺织行业大有可为！”王玉平感叹道。从“织就温暖”的家纺产品，到“守护生命”的植入式纺织品，愉悦家纺的转型之路是中国制造业向高精尖突围的缩影。像王玉平这样的追光者们，将继续以一根丝线的韧性，交付时代的答卷。TA



愉悦团队自主完成了多个项目。

天富龙上市，募资扩大差别化复合纤维产能

■ 本刊记者 _ 郝杰

8 月 8 日，深耕差别化涤纶短纤维领域的领军者——扬州天富龙集团股份有限公司在上交所主板成功上市，天富龙在 A 股上市标志着传统纤维制造企业绿色转型受到资本市场青睐。

自 2009 年成立以来，天富龙产品布局由再生有色涤纶短纤维，拓展至差别化复合纤维及聚酯新材料。

国内涤纶短纤维行业集中度较高，截至 2023 年末，国内涤纶短纤维行业前四名企业产能合计约占 43%，初步形成了以大企业为主导、若干中小型企业为补充的行业格局。按照原料类型区分，在原生涤纶短纤维领域，主要以大型石化企业为主，天富龙产量位列行业第九名；在再生涤纶短纤维领域，公司产量位列行业第二名。

对于再生有色涤纶短纤维，天富龙掌握了色母粒研制、原液着色、双螺杆熔融纺丝、聚合增粘的核心技术。天富龙再生有色涤纶短纤维应用领域广泛，主要应用于汽车内饰、铺地材料、家用纺织、建筑工程、鞋服材料等领域。

天富龙于 2015 年进入差别化复合纤维领域，相对于再生有色涤纶短纤维而言，差别化

复合纤维由 PTA、IPA 和 MEG 等原料缩聚纺丝而成。公司差别化复合纤维产品分为低熔点短纤维、聚烯烃复合短纤维、热熔长丝和中空聚酯短纤维四大类，主要应用于家用纺织、汽车内饰、建筑工程、鞋服材料、健康护理、过滤材料等领域。

关于差别化复合纤维，公司掌握了聚酯配方及纺丝加工的核心技术。公司年产能达 61.24 万吨，依托柔性化生产线以及高性能产品的研发，形成了门类丰富的差别化复合纤维产品，并且成为再生有色涤纶短纤维细分行业的领先企业，能够满足客户的定制化产品需求。

近年来，公司业务实力不断提升，行业地位持续巩固。根据中国化学纤维工业协会统计数据，2021—2023 年，公司汽车内饰用有色涤纶短纤维和低熔点短纤维的销量在国内市场排名蝉联第一。

招股书显示，过去三年，公司营业收入分别为 257578.51 万元、333632.78 万元和 384140.14 万元，归属于母公司股东的扣除非经常性损益后的净利润分别为 33849.95 万元、42006.40 万元和 45093.92 万元，核心指标均呈现稳步上升的趋势。

天富龙本次募集资金总额为 8.5 亿元，用于“年产 17 万吨低熔点聚酯纤维、1 万吨高弹力低熔点纤维项目”，该项目旨在扩大公司产能，满足市场对高性能纤维的需求，同时巩固公司在涤纶短纤维行业的领先地位。此外，还用于“研发中心建设项目”，通过建设研发中心，提升公司技术创新能力，加速掌握新型分析实验技术并扩充相关产能，增强产品附加值和市场竞争能力。

公司还加快推进海外布局，先期拟在泰国及越南投资约 5.52 亿元建设生产基地，以高性能、功能性的新型涤纶短纤维为主要产品。依托东南亚生产基地的区位优势，公司可快速响应国际客户定制化需求，致力于成为具有国际化视野、全球化布局的行业领先公司。

天富龙表示，本次上市一方面通过融资建设投资项目提升技术创新能力、优化业务布局；另一方面成为公众公司有利于拓宽融资渠道、优化资本结构、提升企业知名度、吸引优秀人才，以保持行业领先地位，为行业转型升级提供支持，积极推动循环经济发展，着力参与构建资源循环利用产业体系，同时，实现公司价值最大化，以回馈广大投资者及社会。TA

广告

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

2025.9.2 – 4

国家会展中心(上海)

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(春夏)博览会

2026.3.11 – 13

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

messe frankfurt

官方微信号



泳装盛会让“兴城泳装”的品牌影响力进一步提升。

兴城泳装，以“一尺布”再掀产业巨浪

■ 本刊记者 李亚静 徐长杰 云娟娟

世界泳装看中国，中国泳装看兴城。这个8月，渤海湾畔的兴城引得万众瞩目，其跃升“全球泳装供应链之都”的雄心与担当，正通过一场泳装盛会向世界传递，也让“兴城泳装”的品牌影响力在国际舞台上进一步提升。

2025年8月15—18日，为期四天的2025东北亚（兴城）国际泳装博览会在辽宁省葫芦岛兴城市盛大举行，“兴城泳装”以“一尺布”为桨，再掀产业巨浪！

本届泳装博览会以“碧波逐梦·泳动未来”为主题，共设置13大展区，共有近1000家国内外知名纺织泳装企业、面辅料、内衣连锁企业线上线下参展，30多家国内外电商平台、10个产业集群、30个国家组团参展采购，1000余位国内外采购商齐聚，带来了100000+新品。此外，10多场“古韵与时尚碰撞”国风秀场、品牌秀、景区秀、产业集群提质升级对接、跨国采购洽谈、跨境电商重构渠道应用、数字化转型、投资环境说明、跨境电商合作新机遇电商新增长、中华纺织网泳装面料专场、境外采购商参观兴城泳装工厂、泳装产业带研学系列活动轮番上演，精彩不断。

本届博览会由中国纺织工业联合会、中国服装协会、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国针织工业协会、中国印染行业协会、中国纺织工业联合会流通分会、中国纺织建设规划院、中国纺织规划研究会、《纺织服装周刊》杂志社、中纺资产管理有 限公司、辽宁省纺织服装协会支持，葫芦岛市人民政府主办，兴城市人民政府承办，兴城市泳装行业协会组织实施。



跃升——擦亮“兴城制造”金名片

功能性运动泳装、时尚沙滩服饰、儿童主题泳装、抗敏抗病毒面辅料、AI花型设计……走进兴城泳装国际博览中心，各式各样的泳装及面辅料产品齐齐上新。

开展首日，中国纺织工业联合会秘书长夏令敏、中国针织工业协会会长林云峰、辽宁省纺织服装协会会长王翀等行业协会领导，以及葫芦岛市委副书记、市长何志勇，兴城市委书记陈玮等地方政府领导一行参观了英华、斯达威、奢航、伊美、歌曼、泽之尚、美奇、飞图画笔等企业展位，考察了兴城泳装以“小泳装”撬动“大市场”的企业实力与产业生态。

发展至今，兴城泳装已从“小城制造”成长为年产2亿件套、占全球四分之一市场份额的产业集群，实现了从“本地制造”到“全球流通”的惊人跨越，15届泳博会的持续举办让“兴城制造”成为全球泳装市场的亮眼名片。

聚链——海量商机成就展会价值

打造商机，共创价值，泳博会来真的！

展会期间，处于泳装供应链上下游的国内外配套企业嗅到商机，数千名专业观众涌入展馆，交换名片、互加微信，甚至不乏现场一见倾心的快乐“牵手”，诚意满满的积极沟通中，蕴藏着相见恨晚的宝藏商机。

“我是来找合作工厂的！”一位来自新加坡的专业观众穿梭于各个展位，一个上午下来，她选定了三四家企业，就等下一步的细节洽谈了。

“参展效果超出预期的好！”沈阳飞行船数码喷印设备有限公司研发的AI绘图大模型一经亮相便不断有人前来接洽，该公司总经理王辉介绍道，其开发的lora模型支持一键生成图案，可根据需求快速生成多种原创风格的设计模型，操作简单、高效高质，从根本上切中了泳装企业的底层需求。

“小单快反”是兴城泳装快速进入全球市场的秘诀之一。记者在采访中了解到，为适应跨境电商平台的消费需求，兴城泳装企业不仅在面料舒适度、耐用性上实现突破，更融入了国潮元素、环保理念和科技感设计，也因此吸引了来自全球各地采购商的目光。

兴城泳装产业集群提质升级暨跨国采购洽谈对接活动进一步推高了展会的商贸对接热度。该活动通过前期大数据精准匹配供需，促成涵盖跨境及外贸选品、供应链、跨境运营服务等多领域签约，为产业发展注入强大动力。

坚守——兴城泳装的传承与创新

兴城泳装的传承与创新，离不开一代代追梦人的努力与坚守。

葫芦岛斯达威体育用品有限公司展位的分体泳装、连体泳衣运用了时下最流行的泳装面料。泳装二代、该公司产品经理张嘉锐对公司产品如数家珍。

公司设计师负责款式设计开发，会依据数据网站的热门款式信息辅助设计。“不同市场产品特点有别，美国以软杯舒适款为主，欧洲硬杯更多，俄罗斯90%以上是硬杯；北美和南美偏好舒适、布料少、款式简单的产品。”张嘉锐解释道。

从一人到兴城创业，到带动家乡百人入行泳装就业，兴城市歌曼泳衣有限公司创始人彭伟依靠跨境电商成功将泳装产品卖到欧美中高端市场，也成为推动兴城泳装产业的重要力量。

面对市场波动，彭伟底气十足：“2024年推出的一款新品在亚马逊单款销量达20万件，过硬的产品品质是应对挑战的根本。”

从舞台设计转行服装设计的泳装二代、兴城菊思婷泳装厂设计师王铭慧，以原创设计、潮流风尚为企业发展注入了时尚源动力。据介绍，公司目前已从以内销为主转向主打外销，而外单中最畅销的当属泳装三件套。此次展会重点推出了牛仔系列新品。这些牛仔系列产品的主要面料是涤纶材质，印花则通过电脑PS绘制后，交由印花厂采用数码直喷工艺定版印制。



启航——数智快车助推产业腾飞

数字化转型重塑底层逻辑、改变价值范式，已成为产业高质量发展的“必答题”。

本届泳博会搭乘数智快车，创新推出了“线上云展+线下巡展”，AI泳装数字人播报联动模式。线上云展打破时空限制，1000家企业（含云展）的前沿产品、创新设计得以全方位呈现，30余个国家的终端买家及5000余名专业观众可随时在线对接洽谈。

与此同时，2026葫芦岛兴城泳装时尚品牌联合秀，2025/2026中国·兴城AI泳装流行趋势发布等活动，也通过AI与产业的融合，展现了原创与科技的碰撞，传统与未来的交织。

更深远的是，数智化不仅提升了产业效率，更重塑了价值创造方式。兴城泳装产业集群借助数智化技术与平台，不仅推动了产业链各环节的精准协同，更实现了从“制造”到“智造”的跨越式升级。

当传统产业基因与数字技术深度融合，兴城泳装正以科技、时尚、绿色的全新姿态，从区域产业集群向“全球泳装供应链之都”的数智化标杆跃迁，在高质量发展的赛道上加速腾飞。



踏浪而兴， 东北亚泳博会点亮“全球泳装供应链之都”

作为东北亚（兴城）国际泳装博览会的核心活动，“出海新商机·‘兴’展卖全球”启动仪式于8月15日晚盛大举行。这场汇聚政企精英、行业领袖与全球采购商の盛会，以多元形式展现兴城泳装产业40年发展积淀，更以一系列重磅举措吹响产业全球化新征程の号角。来自全球泳装行业的企业家代表，全国各产业集群、专业市场、电商平台负责人，渠道商、参展商、采购商、院校及兴城泳装企业代表等2万余人参加启动仪式。

● 政企聚力：共绘泳装出海新蓝图

葫芦岛市委副书记、市长何志勇在致辞中指出，兴城泳装已从“小城制造”成长为年产2亿件套、占全球四分之一市场份额の产业集群，15届泳博会の持续举办让“兴城制造”成为全球泳装市场の亮眼名片。葫芦岛市委、市政府将持续优化跨境电商生态，完善海外仓布局与物流网络，为泳装企业出海提供全链条支持，让兴城泳装不仅“走出去”，更能“走得稳、走得远”。

辽宁省商务厅党组成员、副厅长李军聚焦产城一体の“会展+产业”模式，表示省商务厅将大力支持东北亚泳博会成为激发葫芦岛市全域经济活力の盛会、全球泳装第一展，不断增强东北亚泳博会引领消费、促进投资、便利贸易、拉动经济の重要作用。

辽宁省工业和信息化厅党组成员、副厅长郑岩指出，省工信厅将全力支持兴城聚焦四大方向：在时尚全球化上，支持建设国际设计中心，推动“兴城设计”对接国际潮流；在“供应链+电商”渠道重构上，助力产业带与头部平台深度合作；在科技时尚绿色健康上，加大对智能裁剪、环保面料等技术的扶持，培育一批“专精特新”企业；在可持续发展上，推动建立废旧泳装回收利用体系，探索循环经济新模式。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏从行业视角肯定了兴城泳装的发展路径。为推进兴城泳装产业发展，他建议：一要守正创新，坚定不移推进产业集群升级发展；二要坚持发展新质生产力，为产业注入长远澎湃动力；三要坚持品牌化发展，全力推动产业向高端跃升。

● 战略发布：文化赋能产业全球化

现场播放了《泳动世界，开拓全球泳装供应链之都新征程》专题片，屏幕上的每一组数据都见证着产业的蜕变；2025/2026中国·兴城AI泳装流行趋势发布，展现了产业的创新活力。

随后，兴城市委书记陈玮正式发布“城市文化+泳装产业”全球化宣传战略。他提出三大核心举措：打造“古城潮韵”文化系列泳装，将钟鼓楼、温泉等城市符号转化为设计元素；启动“泳装+文旅”全球推广计划，在东北亚、中东等重点市场举办文化主题秀；搭建多语言数字传播平台，通过跨境直播讲述“泳装里的中国故事”。



● 联盟启动：构建跨境协同新生态

当晚，兴城泳装产业带跨境电商卖家联盟の启动成为一大亮点。斯达威、燕莎制衣、永成毛皮、恒溢制衣、鑫爱泳装、子玉服饰、天宇体育、九方通逊、方得、1981科技、山东黑默丁格、境外采购商代表共同上台，见证联盟成立。

联盟代表张东元发布《泳装产业跨境电商卖家联盟倡议书》，提出将构建“设计—生产—物流—销售”跨境协同体系。据介绍，联盟首批已整合优质供应链资源，计划年内实现跨境销售额突破15亿元。

签约仪式上，多项合作项目落地。兴城市泳装行业协会与来自英国、澳大利亚、孟加拉国、伊朗、巴基斯坦等国家的企业签订泳装供应链战略合作协议；在产业集群方面签订了共建中国泳装网平台、跨境运营服务、东北亚战略合作、外贸泳装选品战略合作协议。

随后，葫芦岛市委书记杨军生宣布“出海新商机·‘兴’展卖全球”活动正式启动。2026葫芦岛兴城泳装时尚品牌联合秀上演，集中展示了兴城企业的原创设计实力，以及传统与科技的碰撞。

当晚，中国针织工业协会会长林云峰，中国纺联新闻办主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰，中纺资产管理有限公司总经理房娜，中国服装协会副会长李昕，中国贸促会纺织行业分会副会长常清，中国纺织建设规划院副院长刘彦威，中国纺联流通分会副会长王水元，中国贸促会辽宁分会副会长段德慧，辽宁轻工职业学院党委书记、校长段树斌，中国纺织工业联合会特邀副会长、辽宁省纺织服装协会会长王舸等相关领导嘉宾出席启动仪式。

● 多元活动：开启产业新篇章

本届泳博会创新性推出“线上云展+线下巡展”，30余个国家的终端买家及5000余名专业观众可随时在线对接洽谈。线下巡展则将兴城特色文化与泳装产业深度融合，所到之处吸引大量关注，有效拓展了品牌影响力。

在国际泳装展馆国风秀场活动中，传统元素与时尚潮流激烈碰撞；兴城泳装产业集群提质升级暨跨国采购洽谈对接活动、辽宁省纺织行业跨境电商重构渠道应用暨数字化转型对接交流活动、跨境电商合作新机遇与电商新增长专场活动接连举办，为产业发展注入强劲动力。

此外，境内、境外采购商还实地参观兴城泳装工厂，深入了解生产流程与工艺；中华纺织网泳装面料专场对接活动，促进面料供应商与泳装企业高效对接，推动产业链上下游协同发展。

2025东北亚（兴城）国际泳装博览会的举办，不仅是兴城泳装产业实力的集中亮相，更是产业全球化战略的关键布局。从政策扶持到生态构建，从文化赋能到科技加持，兴城泳装正以更开放的姿态拥抱全球市场，在“出海新商机”的浪潮中，书写“‘兴’展卖全球”の全新篇章。

跨国对接，解锁全球泳装产业协同创新密码

8月16日，兴城泳装产业集群提质升级暨2025东北亚（兴城）国际泳装博览会跨国采购洽谈对接活动在兴城泳装国际博览中心启幕，为全球泳装产业的协同创新与高质量发展注入强劲动力。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏，中国针织工业协会会长林云峰，葫芦岛市委常委、副市长柳晓东，葫芦岛市政协副主席、兴城市委书记陈玮等领导，以及来自全国纺织服装行业的相关协会负责人，产业集群、专业市场、品牌企业、电商平台代表及国际泳装行业嘉宾等出席了会议。会议由辽宁省纺织服装协会会长王舸主持。

会上，陈玮表示，兴城泳装历经40年发展，已形成5700家市场主体的产业集群。未来兴城政府将持续提供政策、物流及诚信保障，推动全球订单落地。柳晓东表示，兴城泳装从家庭作坊起步，现年产2亿件套，年产值150亿元，带动16万人就业，拥有1300余个自主品牌。未来当地政府将围绕时尚全球化、供应链重构、科技绿色等方向升级，持续优化营商环境，共促全球泳装产业繁荣。林云峰表示，协会将全力支持产业升级与国际合作，推动兴城泳装以“科技、时尚、绿色、健康”为导向，支持兴城泳装产业集群提质升级，推动其与全球市场深度融合。

技术是产业发展的根基，品牌是企业腾飞的羽翼，市场则是产业翱翔

从“规模优势”向“数智优势”跨越！

辽宁纺织业探索跨境电商新路径

8月16日，2025

辽宁省纺织行业跨境电商重构渠道应用对接交流活动在兴城泳装国际博览中心举办。本次活动以“破局与新生”为主题，邀请纺织服装行业协会、专家学者及领军企业代表，探讨跨境电商重构渠道应用的先进经验，为兴城泳装走向世界贡献智慧。

本次活动由辽宁省工业和信息化厅、辽宁省纺织服装协会主办，葫芦岛市工业和信息化局、兴城市人民政府、兴城市泳装行业协会承办。

会上，兴城市委副书记、市长李兆瑞表示，兴城拥有120多个国际品牌，入驻4万多家电商平台，AI设计、虚拟试衣等先进技术及自动化设备广泛应用，企业智能化转型趋势明显。面对全球产业变革，需从规模优势迈向价值优势，探寻新路径。葫芦岛市副市长范炳吉表示，泳博会是产业开放的窗口，当前需借渠道重构和数字化转型抢占先机，葫芦岛将以综试区建设推动企业从产品出口升级为品牌出海，携手各方让辽宁品牌成为制造业转型新标杆。辽宁省纺织服装协会会长王舸认为，跨境电商重塑产业生态，当前是辽宁产业重生关键期。着眼未来，要推动企校合作，促进成果转化；要攻坚数字化改造，打造标杆企业“以点带面”；要发展跨境电商，拓宽平台与市场。

兴城泳装已在跨境电商领域起步，但也面临多重挑战。中国纺织工业联合会流通分会副会长王水元建议，一是以数据驱动构建数字化供应链体系；二是以品牌化和本土化为双翼深耕新渠道；三是以生态协同整合资源赋能转型。

会上，工业和信息化部赛迪研究院、中国软件评测中心制造业数字化转型事业部高级研究员尹昊天解读了《纺织工业数字化转型实施方案》。

在主旨演讲环节，深圳1981科技有限公司总经理曹乃忠、跨境电商系统领星ERP华北区域负责人王培宁、辽宁品出数字科技有限公司CEO夏心旻分别作主题报告。对话交流环节由中国针织工业协会副秘书长王博首主持，兴城市泳装行业协会会长、斯达威集团董事长张东元等四位对话嘉宾围绕“泳装行业跨境渠道的数字化重构路径”主题进行了分享交流。



活动推动兴城泳装与全球市场深度融合。

的天空。为探寻如何让兴城泳装飞得更远，本次活动特邀多位行业领军人物带来精彩主题分享，揭开了科技赋能泳装的核心密码，为泳装产业升级提供了重要指引。

在交流区圆桌分组跨国采购洽谈环节，兴城泳装企业、面辅料展商、智能设备参展商与跨国采购商、国内采购商分区进行了深入交流。来自孟加拉、巴基斯坦等地的国际采购商对兴城泳装的品质和设计赞不绝口。

东北亚合作赋能兴城泳装， 电商引领产业新增长

8月17日，东北亚合作新机遇、电商新增长专场活动在兴城泳装国际博览中心如期举行。本次活动以“电商拓新城，泳业同增长”为主题，聚焦区域资源联动与电商增长路径的拓展，致力于构建长效合作生态，推动兴城泳装从产品输出迈向供应链标准输出，打造区域电商协同发展的标杆。

会上，兴城市泳装行业协会副会长、巨鯢制衣董事长陈云鹏表示，未来兴城泳装将构建多元化电商体系，推进供应链数字化，打造国际品牌。协会将持续推动园区建设、人才培育和东北亚合作，助力产业迈向新台阶。兴城市副市长赵恕也表示，未来将重点推进三项工作：提供跨境电商一站式服务、共建产业带打通物流环节、每年组织企业参与平台合作。兴城市政府将全力做好产业后盾，助力泳装设计通过数字渠道走向全球，迈向新增长时代。辽宁省纺织服装协会专职副书记刘咏梅表示，数字经济与电商发展为产业升级和全球化拓展提供了新机遇。未来协会将持续整合资源，为企业提供精准服务，助力辽宁泳装以电商为引擎，实现高质量发展。

在主题分享环节，来自亚马逊、SHEIN、九方通逊等全球知名跨境电商平台的资深专家，围绕跨境电商趋势、运营策略、合规出海、支付与物流、平台政策等热点议题进行了深入分享。

该活动不仅为兴城泳装企业提供了与全球电商平台直接对话的机会，也为泳装产业的数字化转型与全球化布局注入了新动能。未来，兴城将继续深化与跨境电商平台的合作，推动泳装产业从“产品出海”向“品牌出海”迈进，打造具有全球影响力的泳装供应链中心。TA



本届展会在品类、时尚与生态构建上实现全新突破。

聚源头、融家居、链全球！

2025 第十六届柯桥窗帘布艺展启新程

■ 本刊记者_边吉洁 王耀祖

纺城盛会，万品争新，生态蔚然！8月14—16日，2025首届全球居家纺织品生态时尚展暨绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会在绍兴国际会展中心举行。本届展会以“聚势源头·布满全球”为主题，不仅延续了往届的专业与精彩，更在品类、时尚与生态构建上实现全新突破。

在3万平方米的展览空间里，设有品牌精品区、机械配套区、跨境供应链展区、论坛区等，窗帘窗纱窗饰、墙纸墙布墙饰、居家类纺织品、家具软装、户外家居用品等万千新品集中亮相，勾勒出从单一布艺到整体家居的全品类图景，完美诠释“一站式”采购的便捷与高效。

展会首日，中国纺联专家咨询委员会委员曹学军，中国家用纺织品行业协会会长朱晓红、副会长吴永茜，绍兴市柯桥区委协副主席余建林，柯桥区中国轻纺城党工委副书记、建管委主任孙伟刚和相关部门、单位负责人及来自全国各地家纺行业协会、家纺产业链上下游企业代表共同出席本次展览会。

双展联袂，尽显集成发展之风

本届展会重磅升级，延续以往优势，带来源头厂家最新研发的窗帘、窗纱等产品，首届全球居家纺织品生态时尚展覆盖墙纸墙布墙饰、居家类纺织品、家具软装等大家居领域，二者有机结合，打造从窗帘布艺延伸至整体家居软装的

“一站式”采购新体验，展现出强大的集成发展态势。本次展会首次引入“商协会展团”，通过多方聚力500余家优质企业强势集结，携新产品、新工艺惊艳登场，为展会注入了源源不断的创新活力。

作为展会的“老面孔”，众茂·赢帘本次重磅推出三大核心系列——双面麻、双面雪尼尔及高精密系列，共四十余款创新成品帘。这些新品融合了提花、印花等工艺，覆盖了波希米亚、中式等多种流行风格。“我们紧抓双面可挂的行业主流趋势，对传统平板帘进行了升级，通过增强面料肌理感、提高克重，强化了产品的质感和实用性；同时确保实现高达99%的遮光率。这些升级在严控成本的前提下实现，为消费者提供更高性价比的家居解决方案。”总经理郑美珍说道。

为参加此次展会，闻翔帘铺特别推出了5个设计师版本系列新品。其中，一款特别设计的窗帘大胆选用黑色系面料，搭配金色带细闪的纱线，在灯光下呈现出若隐若现的光泽感；窗帘下半部分则采用撞色拼接设计，并以白色小毛圈点缀，显著提升了产品的设计感。在强调设计美学的同时，闻翔帘铺也注重产品性能的突破性升级，展位上窗帘搭载的7A级抗菌功能，致力于为客户打造更洁净健康的居住环境。对于本次参展，闻翔帘铺业务部经理李虹

黎表示：“此次窗帘展，我们在展位装修上有比较大的变化，通过窗帘成品、场景搭配，能够让客户更直观地看到成品展现效果。”

“从展会创立之初，我们便一直是忠实的参与者，且每次都会展示最新研发成果。”浙江屹杰科技有限公司总经理聂少荣在介绍今年带来的产品时表示，在本次窗帘展上，重点推出了自动选装窗帘整烫机和窗帘全自动整烫机两款全新产品，具备智能高效的运作特点，能助力窗帘企业降本增效，有力提升竞争力。他进一步阐述道，本次展出的这些创新设备，是公司近年来坚持创新驱动、升级迭代的重要成果体现，致力于为客户全案打造窗帘智慧工厂，推动窗帘行业向智能化方向迈进。

以纸管构筑展位支柱，以精美面料装点门面，柯桥区跨境电子商务行业协会的展位在展馆中别具个性魅力，创新打造出的“万物皆可售”的特色展位模式，令人眼前一亮。此次是协会首次以整体名义精彩亮相，组织了花为媒、宽庭纺织、捷信纺织等二十余家优质企业踊跃参展。以“环保可持续”为核心主题，集中呈现了沙发、床具、家居服等丰富多样的产品，全面覆盖了整个家居产业链。协会会长刘化海表示：“期望通过此次展会，为企业搭建一个更为广阔、高效的展示平台，提升企业的品牌曝光度与影响力，助力参展企业收获更多商机，创造更大效益。”

展会现场，窗帘窗纱企业或以原创设计彰显美学主张，或以科技面料展现工艺突破；居家纺织品企业携时尚家居用品和家居配件各展锋芒；纺织配套机械企业则带来智能化生产解决方案，上下游企业彼此赋能、优势互补，产业链深度交融的活力与集成发展的潜力扑面而来。这种全方位、多层次的产业协同，不仅精准呼应了大家居时代下个性化、场景化的市场需求，更以创新合力引领着行业向多元化、智能化、集成化的未来加速前行。

跨境聚能，链动全球市场通路

在全球化浪潮汹涌澎湃的当下，跨境布局已然成为企业开拓蓝海、紧密连接全球市场的关键必答题。对于窗帘布艺行业而言，如何在这场全球化的竞争中脱颖而出，实现国际市场的有效拓展，是众多企业急需破解的难题。而当跨境全链路企业走进柯桥窗帘布艺展，又将为这一行业带来怎样的发展助力与契机呢？

走进展会的跨境供应链展区，仿佛置身于一个跨境贸易的“超级枢纽”。5000平方米的展区，20+国际跨境平台、50+全球链路跨境服务商齐聚一堂。谷歌、沃尔玛、亚马逊等国际头部平台纷纷亮相，以其强大的品牌影响力和庞大的用户基础，为窗帘布艺企业搭建起通往全球市场的桥梁。同时，展区还囊括了物流、支付、营销、法律咨询等全链条服务商，为企业提供一站式的专业服务。

首次亮相展会的阿里巴巴数字商业集团，凭借其卓越的数字技术实力，为企业在全球市场的拓展带来了全新机遇。目前，该集团平台已汇聚近五百家柯桥窗帘企业，其服务覆盖全球市场。基于对不同企业的独特优势、目标市场状况及实际需求的深度分析，阿里巴巴运用AI技术实现了全域营销效能提升与精准流量推送。国际站客户经理唐嘉议表示：“本次参展，我们期望充分发挥公司的技术与服务优势，吸引并带动更多企业加入这一开放平台，赋能更多企业走向世界。”

本届展会精心打造一站式出海解决方案，为企业精准



对接所需的各类跨境资源，无论是寻找合适的海外市场渠道，还是解决跨境物流配送难题，亦或是应对复杂的国际法律法规，都能在现场找到专业的解决方案。通过整合平台、服务与供应链的优势，助力窗帘布艺企业顺畅地融入全球市场。

多元活动，智慧交融共绘未来

展会不只是产品的秀场，更是思想碰撞的殿堂。本届展会精心筹备十余场重磅活动，从行业前沿洞察到实战干货分享，场场皆是焦点。开展首日，论坛区便率先掀起思想盛宴，为奔赴而来的窗帘行业人准备了满满的“硬核内容”。

第十六届中国轻纺城窗帘布艺展会跨境高峰论坛全景解码窗帘布艺出海新模式。论坛聚焦产业趋势，深入洞察轻纺城发展动态，精准把握全球市场风向；解析亚马逊等跨界平台，推动产业带转型升级，助力品牌全球拓展；探寻“绿色智造”下的可持续创新路径，揭秘全托管模式、零门槛黑马平台（如Wayfair）以及2025年跨境电商新风口；同时深度剖析Shopee、中国制造网、阿里国际站等平台最新政策与服务赋能举措，推动构建“跨境同行者”生态链。

2025布艺软装行业创新发展大会则汇聚行业专家、产业链上下游企业代表等各方精英，通过主题分享与深度对话环节，与会者围绕布艺软装行业展开全方位探讨：深入剖析其在国内国际市场的最新发展态势，精准把握行业走向；细致分析设计研发如何与传统渠道、新兴渠道以及创新模式深度融合，挖掘其中蕴含的巨大发展潜力；共同研讨如何达成线上线下、国内外销售的双循环融合，为企业拓展市场空间提供新思路。参会者毫无保留地分享在新兴渠道开拓过程中的宝贵经验、所遭遇的难题以及切实可行的应对策略，助力行业在变革中实现创新发展。

本届展会的活动内容既有聚焦前沿设计思维的颠覆性创新探讨，解锁布艺美学与功能融合的新可能；也有针对行业发展趋势的战略布局解读，剖析市场变局中的破局之道。论坛现场，众多观众纷纷驻足，踊跃参与互动交流。在沉浸式的交流中，大家得以全方位、深层次地洞察行业发展趋势，从中汲取到宝贵的实战经验。

从聚焦“窗帘布艺”到拥抱“大家居”生态，从深耕内贸到拓展全球跨境链路，柯桥窗帘布艺展通过规模扩容、品类融合、平台聚力、模式创新，全方位筑牢平台生态根基。以开放之姿、落地之举，展会为窗帘布艺行业注入强劲发展动能，引领行业破浪前行。**TA**





以主导权破局，打通产业链“任督二脉”

专访绍兴市缘之绘纺织品有限公司总经理丁海滨

■ 本刊记者 _ 王耀祖 文 / 摄



丁海滨

纺织产业链涵盖上游的原材料供应环节、中游的纺织及服装制造环节，以及下游的服装家纺贸易环节。面料企业作为产业链承上启下的关键环节，时常面临着来自上下游的双重压力。如何在激烈的市场竞争中求得生存和发展？绍兴市缘之绘纺织品有限公司通过十余年的实践，给出了自己的答案。

“把控制权掌握在自己手里。”缘之绘总经理丁海滨说道。作为一家做中高端针织面料的企业，近年来，深受市场波动的影响，原材料价格的上涨、国际贸易形势的不确定等因素都给企业带来了不小的挑战。但丁海滨认为，只有掌握了上下游控制权，才能在市场上立于不败之地。因此，缘之绘在技术研发、产品质量、市场拓展等方面不断投入，努力提升自己的核心竞争力。

战略转向，建厂破壁新市场

在缘之绘的发展历程中，丁海滨始终不缺“从头来过”的勇气与魄力。自2011年公司创立之初，团队便深耕美国市场，积累了宝贵的经验和资源。然而，面对全球市场竞争格局的演变和自身发展瓶颈，丁海滨在2018年做出了一个极具魄力的战略转向——毅然决然地将主战场从成熟的美国市场切换到门槛更高、要求更严苛的日本市场。这一转变并非一时冲动，而是基于对市场趋势的深刻洞察和对公司实力的自我评估。正是这次战略转向，以及对过往痛点的反思，直接催生了缘之绘在供应链上的关键布局。

丁海滨分享道：“回款周期、生存压力……这些在2018年前，压得我们喘不过气来，也正是这些切肤之痛让我深刻意识到，‘控制权必须牢牢握在自己手里’。”为了实现对新市场的更好掌控，并从根本上解决过往的被动局面，缘之绘果断投建了一座专门针对日本市场的服装厂。

在缘之绘的销售环节中，服装厂本质上扮演着“桥梁”的角色。缘之绘将面料提供给服装厂进行样衣制作。这些样衣随后呈现给日本客户进行审阅和评估。然而，日本客户的最终决策并非聚焦于服装厂或样衣本身，而是回归到面料的品质、特性与表现力上。样衣仅仅是面料潜力的具象化载体，其核心目的是让客户能直观地评估和选择缘之

绘所提供的面料。因此，整个流程的关键节点和成功要素，最终都是依赖于缘之绘的面料竞争力。

缘之绘以“新品开路，以点带面”的高频研发效率为驱动，不断开拓日本市场。其研发团队保持每周推出7—8款新品的节奏。这些新品如同爆点，一旦某款凭借独特设计或功能打动日本客户获得订单，便立即围绕其进行深度开发，纵向衍生系列化产品，横向将成功元素融入常规品线升级。一款爆款新品能有效带动相关常规品的认知与销售，形成强大的产品矩阵。这种依托高效研发的“点引爆、面覆盖”模式，使得缘之绘持续满足市场新鲜感，最大化产品价值，在严苛竞争中保持领先。

从投建服装厂到“新”产品带动“老”面料，从被动应对到主动掌控，从单点突破到全面覆盖，丁海滨这套独特模式，不仅成功破解了日本市场的通关密码，更锻造出其在纺织市场持续开疆拓土的硬核实力。

事必躬亲，降本增效全链通

从纱线生产到布匹销售，丁海滨的身影活跃在缘之绘全产业链的各个环节；他坚持事必躬亲，深信“只有真听真看真感受，才能精准把握客户需求、明确企业自身方向，最终实现降本增效”。这份扎根行业三十余年的深厚积淀与亲身体验，为他推动全链路优化带来了扎实的基础。

丁海滨深知，纱线作为产业链源头，其质量与成本直接决定了最终产品的竞争力。牢牢掌控上游纱线环节，是缘之绘实现降本增效战略所必须落实的关键举措。因此，在大力发展服装业务的同时，他果断向上游延伸，亲自布局纱线厂，力求从源头上亲自把关品质、优化成本。

这一布局的核心驱动力，正是丁海滨亲力亲为发现的痛点：传统模式下为保障供应而大量囤积纱线，不仅带来高昂的库存成本和资金压力，更蕴含巨大市场风险。丁海滨表示，企业与上游建立了一种深度合作的模式，基于实际面料需求，精准向纱线厂下单所需数量。这一模式，有效避免了大量囤货，保障了品质稳定与供应链高效响应，显著降低了库存成本，释放了运营资金。

当产业链向上游延伸，丁海滨同样将其亲力亲为的作风贯彻到至关重要的下游订单对接环节。“我更喜欢亲自与懂面料的供应商和客户打交道，”他认为，“只有亲自验布、谈判、了解需求，才能确保信息无缝传递，消除流程中的浪费，这正是‘降本增效’在销售端的体现。”

从被动受制到主动掌控，丁海滨以“牢牢掌握控制权”为根本准则，驱动缘之绘实现战略蜕变。凭借精准的战略市场转向、关键环节布局以及高频高效的研发驱动，成功将挑战转化为机遇，他事必躬亲的作风，不仅是对品质与成本的极致把控，更是对市场需求脉搏的精准感知，成为贯穿全产业链、实现降本增效的核心纽带。TA



Focus / 聚焦

2025年布艺软装行业创新发展之路怎么走？这场会议干货满满

近日，2025年布艺软装行业创新发展大会以“布”为媒、以“创新”为题，汇聚行业专家、产业链上下游企业代表等精英力量，通过主题分享与深度对话，围绕行业发展态势、渠道融合潜力、双循环路径等核心议题展开深入探讨，为布艺软装行业的创新突破与高质量发展注入新动能。

面对全球经贸格局深度调整，市场竞争日趋白热化。中国纺联专家咨询委员会委员曹学军指出，在“双循环”新发展格局下，窗帘布艺产业要强练内功，内外贸并举：一要强化创新驱动，提升全产业链服务能力。二要深挖内需潜力，提升布艺产品质量性能和消费价值。三要优化全球布局，努力开拓国际化多元市场。中国轻纺城党工委副书记、建管委主任孙伟刚则表示，窗帘布艺作为重点培育的特色细分行业，柯桥将持续加大政策支持与服务保障力度：一是精心打造展会经济新名片；二是加速推进全产业链数字化升级；三是稳步拓展国际化发展新空间。

在主题分享环节，深圳市左右家私有限公司常务副总裁洪晓山梳理了空间场景与软装布艺的流行趋势，提出环保材料、智能化产品、个性化定制将成为行业三大增长引擎。杭州增值站家纺有限公司研发开发市场总监锐晓峰则从企业实际运营出发，围绕产品、价格、渠道、促销、包装设计、目标人群六大核心要素构建系统性解决方案，通过策略协同实现增长突破。



会议现场。

对话环节由绍兴市柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会会长赵君会主持，浙江省现代纺织技术创新中心新型纺纱与差别化纱线中试平台负责人方斌、山东玉马遮阳科技股份有限公司销售总监王好明、浙江雅琪诺装饰材料有限公司营销总经理唐新民、宁波丽华家居有限公司董事长朱国民，分别从质量标准、窗面软装、墙面软装、地面软装等维度，结合实践分享了见解。

此次大会以新质生产力为引领，以创新为内核，以开放合作为路径，为布艺软装行业转型升级凝聚了共识。与会者一致认为，行业需以大健康、大家居理念为导向，推动生活方式变革与消费结构升级，通过新技术赋能、新模式驱动、新供给引领，实现产业与市场双升级，在挑战中开辟发展新局。（边吉洁）

东市场举办“中国时尚女装面料第一站”威海巡展活动

近日，由中国轻纺城集团所属中国轻纺城东市场举办的“时尚女装面料第一站”系列巡展活动在威海顺利开展。本次活动采用“创新展示+精准对接+企业走访”相结合模式，取得显著实效，进一步推动“中国时尚女装面料第一站”向品牌化、国际化、高端化迈进。

活动现场，东市场携大树纺织、卓盛纺织和紫旭纺织等9家旗舰商铺，重磅亮相迪尚集团第十三届面辅料对接会，集中展出了涵盖亚麻、天丝、人丝、醋酸、TR、棉锦及后工艺面料等品类的2026年新品。在对接活动环节中，柯桥纺织企业的面料受到当地采购商青睐。活动之余，东市场经营户还深入迪尚集团、威海倍佳贸易公司等当地企业进行走访交流，有效促进了供需双方的深入了解。

通过此次活动，东市场向威海纺织服装企业充分展示了其作为“时尚女装面料第一站”的创新实力与源头优势。据了解，自2024年“中国时尚女装面料第一站”项目启动以来，东市场分公司以时尚女装面料为核心，持续探索打造“一市一特色”格局、推动市场提质升级的创新路径。

本次巡展活动通过搭建南北方采供对接的桥梁，构建起产业链上下游协同的价值创造体系，实现纺织服装产业合作共赢。东市场相关负责人表示，未来，东市场将持续整合资源，组织高效对接、时尚沙龙等活动，提升经营户产品品质与创新能力，实现轻纺城“面料源头”到“时尚品牌”的产业跃升。（唐小狄）

柯桥优选面料集结，国际舞台展硬实力

为提升柯桥面料全球竞争力，“柯桥优选”项目精准对接国际顶尖展会需求，近日，2025“柯桥优选”第二场评审会在绍兴柯桥举办。1128款汇聚创意、功能与实用性的柯桥优质面料集中亮相，全面展现了柯桥纺织产业的创新活力。

据了解，本次评审会吸引了柯桥区159家面料企业踊跃参与，申报产品覆盖涤纶、锦纶、再生纤维素纤维、羊毛、麻、丝等多种材质，广泛应用于多个领域，集中呈现了柯桥纺织的产业链优势，也为后续对标国际顶尖标准的严苛评审奠定了坚实基础。

为将“柯桥优选”品牌及优质面料推向世界舞台，2025“柯桥优选”计划登陆intertextile秋冬家纺展/秋冬面辅料展、日本Texfuture Tokyo、法国Premiere Vision、德国Performance Days五大国际知名展会并设立专属展示区。为此，本次评审会严格对标五大展会的采购需求与行业标准，聚焦时尚创意、科技创新、绿色环保三大核心维度对参评面料进行专业严选，确保最终亮相国际舞台的面料精准契合全球市场趋势与品牌要求，为即将到来的国际推广奠定坚实基础。

近年来，柯桥区倾力打造具有国际影响力的“柯桥优选”品牌体系，为构建现代化“国际纺都”注入了强劲动能。今年，“柯桥优选”品牌迎来重磅升级，凭借更专业化的产品培育和更精准化的市场对接策略，持续提升品牌影响力，进一步强化了“好面料、柯桥造”这一标签在全球市场的认知度和美誉度。（王耀祖）



大会助力提升棉纺织产业链供应链的内在韧性与安全阈值。

以产业联动促聚变创新

2025 中国棉纺织产业链供应链发展大会在青岛召开

■ 本刊记者 _ 陶红

为提升棉纺织产业链供应链的内在韧性与安全阈值，系统构建多元化、多渠道、高弹性的原料保障体系，并在全球价值链深度调整中锻造不可替代的竞争新优势，8月15日，2025中国棉纺织产业链供应链发展大会在山东青岛召开。

本次大会以“产业联动 聚变创新”为主题，聚焦产业安全、原料保障与创新破局，深入探讨宏观政策、贸易环境、大宗商品及期货工具对产业链安全的影响，强调了科技金融赋能与产业链融合对发展新质生产力的重要性；分析了全球棉花供求、纤维应用趋势、终端消费变化及纱线流行热点，关注企业原料诉求与保障措施；展望了全球供应链布局新动向、主要市场需求变化、新疆与内地产业发展以及产品创新方向等开拓新局的关键路径。

来自行业协会和地方政府的领导嘉宾，中国棉纺织行业协会原料产业链分会代表、棉纺织企业代表、棉纺织产业链供应链相关企业代表等逾300人参加了本次大会。

本次大会由中国棉纺织行业协会主办，中国棉纺织行业协会原料产业链分会承办，河南同舟棉业有限公司、青岛西海岸新区棉花协会协办，得到了赛得利集团的特别支持。

锚定航向，凝心聚力筑牢产业链安全根基

今年以来，国际环境复杂多变，国内市场呈现供需弱态势，棉纺织行业经济运行遭遇多重挑战。上半年，行业面临近年来最为严峻的发展形势，终端需求不足的压力持续传导，各项经济指标承压明显。行业在承压前行中彰显出强劲韧性。

中国棉纺织行业协会会长董奎勇在致辞中表示，面对复杂局面，行业企业积极探索转型之路，向高质量发展要动能，破解增长难题。在创新驱动方面，企业加大研发投入，优化产品结构，提升产品附加值，推动“制造”向“智造”转型；在效率提升方面，企业加速技术改造，推广智能化设备与管理系统，生产效率显著提高；在模式创新方面，通过“+金融”“+服务”“+海外”等多元化发展模式，培育差异化竞争优势，为行业长远发展奠定了坚实基础。

当前棉纺织行业发展仍面临多重不确定因素，但我国棉纺织行业凭借全球最完备、最系统的产业链、供应链，中心地位短期内难以撼动；行业发展的坚实基础、独特优势与巨大潜能，也决定了长期向好的趋势不会改变。对于未来发展，董奎勇建议，构建原料产业链生态圈，产业链上下游联合应对价格波动与国际贸易壁垒；通过信息共享与协同创新，优化产品结构、共同拓展内销市场，深挖需求；整合仓储物流、优化库存管理、提升供应链效率，降低综合成本；上下游协同增强产业链韧性，共同抵御外部风险。

河南同舟棉业有限公司董事长魏刚民在致辞中表示，面对复杂变局，“金九银十”内外销订单能否好转？新棉花收购成本如何定价？下半年美联储降息对大宗商品影响几何？如何在这些不确定中寻找相对确定至关重要。产业链相关企业只有通过相互交流、产业联动、互学互鉴、创新发展才能拨开迷雾、共创价值，这正是此次会议的主题和意义所在。

多方献策，全球变局下的供应链韧性重塑

全球纺织产业正步入深度变革期，产业链供应链布局加速调整。面对日益加剧的不确定性，如何深化高质量发展路径、构建更高水平的全球化布局，强化供应链韧性，已成为棉纺织行业发展的核心议题。

在题为“供给重构与周期变局：国内外经济与大宗商品新图景”的报告中，中信期货研究所副所长曾宁表示，随着降息周期启动，财政扩张周期，全球库存周期有望启动；关税加征延期，中国出口韧性仍存，具体表现在抢出口强度将走弱，后期出口边际走弱，出口链条商品需求回落；但当前的经济强度以及库存水位线均低于2018年，出口下降斜率或相对平缓。

“目前国际供应链布局呈现新调整趋向，提升采购来源多元性、降低供应链集中布局风险取代成本与效率，成为发达国家采购及国际纺织供应链布局优先考量因素。”中国纺织工业联合会国际贸易办公室主任赵明霞在题为“全球纺织服装贸易形势及供应链布局变化”的报告中，分析了全球纺织纺织服装贸易及供应链布局特点、我国纺织行业对外贸易现状、我国纺织行业外贸发展影响因素及趋势。对于行业企业未来发展，赵明霞建议，持续推动产业高质量发展，建立适应需求端低速增长形势的发展思维，构建基于协同、多元布局的跨国供应链效率优势；深化纺织行业外贸转型升级；内外协同推进国际化布局，有序推进海外投资布局，增强产业布局体系协同性。

中国棉花信息网总经理张曼作题为“全球棉花供求形势分析与展望”的报告，分析了国内、国际供需形势。她表示，受关税政策及基本面影响，市场波动加剧，内外盘走势分化，价差呈现先缩后扩态势。国内方面，商业库存维持较快去库速度不变，新棉长势及预期产量、需求变化以及国内政策等为市场增加较多变量，下年度期末库存预计与本年度持平，但不确定性依然较大。国际方面，供应收缩存一定支撑，市场对全球消费回暖的信心有所修复，后续不确定性仍存，叠加本年度全球棉花库存维持近年中等偏高水平，整体供需格局仍偏宽松。

河南同舟棉业有限公司现货策略部总经理符如建作题为“期货避险工具在企业风险管理中的应用”的报告，介绍了期货和期权工具，通过案例讲解，分析了企业期现结合应用的模式、策略和风险。他表示，企业期现结合需做好风险偏好、研发能力、风险承受能力、套保制度、执行力的评估。此外，使用期货过程中要注意风险提示，如杠杆风险、基差风险、操作风险、交割风险、政策风险等。

协同创新，技术赋能构筑多维安全屏障

作为基础性中间制品行业，棉纺织行业发展既受大纺织业整体态势影响，又与原料产业紧密关联。本次大会以产业联动促聚变创新，旨在搭建产业链协同发展平台，来自原料端与产业端的权威专家，围绕行业发展现实、战略机遇与形势变化开展前瞻性研讨与深度交流，分析国内外市场趋势，研判原料供需格局，探讨产业转型升级路径。

“产品品类可持续发展的内在逻辑应以需求为起点、技术为支撑、可及为目标，以此确保产品‘有用’，实现产品‘有效’，推动产品‘普惠’。”赛得利集团高级市场经理颜荟在题为“取自然之优，质感纤活新境界——再生纤维素纤维的发展与应用”的报告中表示，全球可持续发展正从愿景照进现实，纺织业向绿色低碳方向转型，消费端对高品质绿色纤维需求增长。在此背景下，赛得利依托集团林、浆、纤一体化的产业链优势，不断以技术创新打破品类局限、突破产能瓶颈、拓展纤维应用边界，赋予产品更高附加值。

浙江新凤鸣集团有限公司短纤项目总工程师张玲霞作题为“涤纶短纤维下游应用领域拓展与需求增长点”的报告。她表示，未来行业发展需以科技创新为引领，为发展新质生产力增添动力。具体而言，企业将针对市场需求，不断丰富产品种类并积极研发新品，

我国棉纺织行业凭借全球最完备、最系统的产业链、供应链，中心地位短期内难以撼动；行业发展的坚实基础、独特优势与巨大潜能，也决定了长期向好的趋势不会改变。



主题论坛聚焦新年度棉花供需与市场需求预判。

持续提升现有产品质量；同时加强与客户合作开发新产品，以引领市场、提升竞争力，助力行业高质量发展。

目前孚日集团股份有限公司年用棉量8万吨。公司大宗物资采购部经理鹿秀丽在题为“家纺市场纤维原材料需求及形势”的报告中表示，家纺纤维需求正从单一功能转向环保、功能、智能三元融合，企业需聚焦材料创新，通过生物基合成材料、智能技术整合、绿色循环模式，以应对成本波动与绿色壁垒的双重挑战。

“纤维创新是破解消费痛点的核心，未来服装价值将由材料科技反向定义。”上海创织纺织科技有限公司总经理段武海在题为“服装市场消费趋势及对纤维的选择变化”的报告中表示，目前消费者需求呈现多功能、轻量化；服装消费趋势呈现出个性化与小众化、功能化需求提升、绿色消费、跨场景穿搭、性价比与品质并重等，“她经济”“悦己经济”崛起，推动更多细分品类产品爆发。

“面对复杂局势，棉纺织行业有力有效应对外部冲击和需求不足的挑战，充分展现了棉纺织行业强大韧性和抗冲击能力。”中国棉纺织行业协会会长助理、副秘书长郭占军在题为“我国棉纺织行业经济运行及新疆产业发展分析”的报告中分析了棉纺织行业上半年经济运行情况、下半年运行走势，以及新疆棉纺织产业发展。他表示，今年上半年行业面临着近年来最严峻的形势，部分关键经济指标甚至达到十几年来极值，企业两极分化加剧，行业洗牌正在进入加速期。但棉纺织向前发展依然具有坚实基础、诸多优势和巨大潜能，行业长期向好的趋势不会改变。下半年，行业淡旺季特征不明显的情况下，仍寄希望于金九银十发力，提振行业信心；下游需求不畅的大背景下，棉纺织整体行情大概率将延续弱势；配额政策也将继续影响棉花价格与外棉供应格局。转型、入疆、出海、退出，四个选择考验着企业家的智慧也将继续推动行业结构优化调整；求稳、求新、求变的经营思路，保生存是第一位。

会议主题论坛环节由中国中纺集团有限公司棉花事业部副总经理朱晔华主持，棉联云科技集团董事长龚文龙，青岛纺联控股集团有限公司副总经理王伟，天虹（中国）投资有限公司高级经理张春宁，河南同舟棉业有限公司交易一部经理赵娜娜等四位嘉宾聚焦“新年度棉花供需展望与市场需求预判”，从企业的产品结构调整与原料需求变化，到市场的价格波动、短期行情及新年度产区供需与价格预期，再到宏观层面的全球棉花市场基本面、宏观经济周期对行业的影响，系统探讨了行业发展态势。

同期，2025中国棉纺织行业协会原料产业链分会会议于8月14日在青岛召开，原料产业链分会成员单位、行业内部分企业代表参加了会议。该会议共设置两项议程，一是由原料产业链分会会长作2025年分会工作报告，系统汇报过去一年的主要工作成果与进展；二是原料产业链分会各位成员及企业代表围绕当前市场形势、供需格局演变以及未来行业发展趋势等核心议题，进行深入研讨与交流。与会嘉宾凝聚共识，共同研判行业形势、系统总结前期工作，精准把握棉纺织原料市场及产业链运行面临的新挑战与新机遇，切实保障我国棉纺织产业链供应链的安全稳定与韧性提升。TA

承压前行，展现强大发展韧性

2025 年上半年长丝织造行业经济运行分析

■ 中国长丝织造协会 / 供稿

2025 年上半年，国际环境复杂多变，国际经贸秩序遭遇波折，不稳定性、不确定性增加，我国实施更加积极有为的宏观政策，经济运行总体平稳，延续稳中向好发展态势。在此背景下，我国长丝织造产业积极作为，扎实推进产业结构优化升级，激活高质量发展新动能。随着国家一系列增量政策与存量政策协同显效，行业经济承压前行，上半年长丝织造产业营收、出口等指标实现增长，展现出强大发展韧性。

一、经济运行面临压力

据国家统计局统计，2025 年 1—6 月，我国规模以上纺织全行业营业收入同比下降 3%，利润总额同比下降 9.4%，利润率为 3%，较 2024 年同期减少 0.2 个百分点。分行业看，化纤织造及印染精加工业(规模以上)营业收入同比增长 2.6%，利润总额同比下降 9.7%，利润率为 2.3%，较 2024 年同期减少 0.3 个百分点。其中，化纤织造行业（规模以上）营业收入同比增长 3.3%，利润总额同比下降 9.3%，利润率为 1.9%，同比下降 0.3 个百分点。

上半年我国化纤织造行业规上企业营业收入虽保持增长，但较去年同期增速放缓，利润空间收窄，企业“增收不增利”。据协会对行业企业上半年生产经营情况调查问卷（以下简称：调查问卷）结果显示，22.5% 的样本企业反映 2025 年上半年营业收入较去年同期增长，77.5% 的样本企业上半年营收与去年同期持平或出现下滑，行业营业收入增长面临显著压力。调查问卷结果显示，企业营收放缓的原因主要在于需求端疲软造成内外市场消费动力不足、产能过剩导致利润下滑以及贸易壁垒升级影响出口。

二、生产形势相对平稳

据协会统计，2025 年上半年，传统产业集群盛泽、长兴、秀洲、龙湖、平望五地化纤长丝织物总产量为 122 亿米，同比减少 2.2%；新兴产业集群泗阳、小海、邓州、罗田、淮滨、盱眙六地化纤长丝织物总产量 64 亿米，同比增长 15.2%，新增产能不断释放。

企业产能利用率略有不足。根据协会调查问卷结果显示，上半年 40% 的企业产能利用率在 50%—80%，47.5% 的企业产能利用率在 80% 以上；52.5% 的企业产能利用率较去年降低，42.5% 的企业产能利用率与去年持平。据了解，影响企业开机率的主要因素在于订单不足。

三、原料价格先降后升

2025 年上半年，受贸易摩擦升级、地缘局势紧张等因素影响，原油价格波动较大，四月布伦特原油收盘价跌至 61 美元 / 桶，之后反弹，六月收盘价上涨至 66.6 美元 / 桶。上半年，PTA 市场价格跟随原油震荡，呈“高位震荡- 跌后反弹”的走势，1—3 月价格处在高位，4 月份价格跌至近两年内的最低点 4434 元 / 吨，5—6 月行情反弹。

化纤主要产品跟随原油呈现先降后升的走势。涤纶 DTY/FDY(150D)

价格 1—4 月呈震荡下行走势，5 月伴随着上游原料收缩减产，叠加中美日内瓦谈判带来的利好，价格止跌反弹。2025 年以来锦纶 FDY 总体呈下行趋势，跌幅较明显，6 月底价格较 1 月底下跌约 15.5%。

四、出口承压释放韧性

长丝织物出口稳中有增。今年以来，纺织行业面临的国际环境更趋错综复杂，二季度受国际贸易政策影响，出口面临超预期压力。我国纺织外贸企业充分发挥完整产业体系优势和国际化布局优势，积极响应外部环境变化，出口韧性持续显现。据中国海关统计，2025 年 1—6 月，我国纺织品服装出口额为 1439.8 亿美元，同比增长 0.8%。其中，服装出口 734.6 亿美元，同比下降 0.2%；纺织品出口 705.2 亿美元，同比增长 1.8%。

我国长丝织造产业凭借产业规模、产业配套、生产效率、多元化国际市场格局等方面优势表现出较强韧性，出口金额和出口数量均保持增长态势。我国化纤长丝织物 2025 年 1—6 月累计出口金额 102.3 亿美元，同比增长 0.3%；累计出口数量 131.8 亿米，同比增长 12.1%。

受国际贸易局势影响和美国关税的不确定性增加，叠加运费和原料等成本波动，出口产品单价走低，挤压行业利润空间。我国化纤长丝织物 2025 年 1—6 月出口单价 0.8 美元 / 米，同比下降 10.5%。

从主要产品出口来看，2025 年 1—6 月涤纶长丝织物累计出口金额 85.2 亿美元，与去年同期基本持平；累计出口数量 114.4 亿米，同比增长 11.8%。锦纶长丝织物累计出口金额 6.3 亿美元，同比增长 8.4%；累计出口数量 4.3 亿米，同比增长 11.3%。锦纶长丝织物出口量额创历史同期新高，海外市场认可度不断提高，竞争力不断增强，呈现出向全球价值链中高端迈进趋势。

出口市场情况分析。2025 年 1—6 月，我国化纤长丝织物累计出口额超过 1 亿美元的单一市场有 25 个，主要出口市场中出口额排名前二十的国家和地区累计出口份额占我国长丝织物出口总额的 72.6%。

从主要市场来看，共建“一带一路”国家在我国出口市场中的地位逐年提升，2025 年 1—6 月我国对共建“一带一路”国家长丝织物总计出口额占我国长丝织物出口总额的 88.7%，占比较去年同期扩大 0.5 个百分点。在出口额排名前二十的国家和地区中，共建“一带一路”国家占据十七席，其中越南依旧是我国长丝织物第一大出口国，但出口额同比下降 12.1%，在我国出口市场所占份额缩减了 1.8 个百分点。

长丝织造企业积极拓展多元化市场布局，深挖非洲、南亚、中东等新兴市场的增长潜力，对新兴市场出口实现良好增长。尼日利亚成为我国长丝织物第二大出口贸易国，1—6 月累计出口额同比增长 42.1%，所占份额比重达 6.2%；对埃及、印度、巴基斯坦的出口也实现快速增长，出口额同比分别增长 14.8%、18.5%、26.9%。

传统市场中，2025 年 1—6 月，我国对欧盟出口长丝织物总额同比下降 11.9%，成为我国长丝织物第四大出口市场，较去年同期下滑 2 位。从欧盟委员会公布的进口数据看，我国已连续十一年为欧盟第一大长丝织物进口来源地，2024 年全年对中国长丝织物累计进口占据其市场份额

25.7%（2025 年数据尚未公布）。

据美国国际贸易署进口数据显示，2025 年 1—6 月美国自全球进口长丝织物金额同比减少 8.2%，美国市场对此类产品需求仍显不足。从主要市场进口额来看，2025 年上半年自印度、中国、北美自由贸易区进口额分别同比下降 4.4%、31.2%、34.7%，自东盟和欧盟进口额分别同比增长 8.7%、4%。从美国进口市场分布来看，2025 年上半年印度依旧是美国进口长丝织物产品占比第一的国家，1—6 月累计进口额占其市场份额约 30.8%，占比较去年同期增加 1.2 个百分点；中国此类产品占其市场份额约 11.3%，是美国第二大进口国，占比减少 3.8 个百分点；其次，土耳其、中国台湾、越南、韩国、沙特阿拉伯等国家和地区也均占据一定市场份额。

五、内销市场压力明显

2025 年以来，国内宏观经济形势总体平稳、全国各地消费品以旧换新政策加力扩围、促消费政府发力显效，纺织品服装内销总体实现温和增长。根据国家统计局数据，2025 年 1—6 月全国限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长 3.1%；网上穿类商品零售额累计同比增长 1.4%。

从中国轻纺城的交易量来看，2025 开年市场景气程度回升，“金三银四”期间，春季新风格坯布和常规坯布成交量呈现一定幅度上涨走势。5—6 月，因下游需求不足，市场景气指数环比下跌，坯布类成交量出现下滑。

企业内销订单增长承压。根据协会调查问卷结果显示，17.5% 的长丝织造样本企业 2025 年上半年内销订单较去年同期增长，其中内销订单同比增长了 20% 以上的企业仅有一家，该企业主营产品为防寒服、冲锋衣等户外运动面料；27.5% 的企业内销订单与去年持平。

此外，调查结果显示，上半年企业订单以中单（1—3 个月）、短单（1 个

月内）为主，中单占比 50%，短单占比 47.5%，长期订单不足，企业订单结构短期化、碎片化，反映出市场需求依然存在不确定性。

根据协会走访调研了解，上半年市场行情整体偏弱，订单量有所减少，但产品特色鲜明且规模较大、专注于特种产品生产以及拥有稳定优质客户资源的企业，在市场中展现出较强的韧性。

六、趋势展望

今年以来，国际形势变乱交织，世界贸易和经济不稳定因素增多。面对不确定性显著增强的外部环境，我国长丝织造产业迎难而上，有效应对外部环境带来的重大挑战，在内外市场中展现了强大韧性和发展智慧，上半年经济运行总体承压前行。

下半年，行业经济实现平稳运行仍面临诸多挑战。外部环境的不稳定因素依然存在，全球需求疲软引发消费不足以及全球采购格局深度调整将对我国长丝织造下半年出口产生一定压力。

在复杂形势下，内需市场仍将是长丝织造行业抵御外部不确定性的重要支撑。依托国家“两重”“两新”政策红利，在 14 亿人口的巨大市场和消费升级的双重驱动下，多元化、个性化、层次丰富的纺织服装需求结构将持续拓展我国长丝织造产业在服装、家纺、产业用领域的应用创新空间。行业企业需要加速提质更新，不断进行差异化、特色化、功能化、绿色化产品创新，提升供给质量，满足消费需求；要积极探索运用数智技术和设备更新改造，推动管理升级、流程再造，为全行业的技术迭代、产品创新和场景拓展提供技术支撑。

我国长丝织造产业正处于高质量发展的关键时期，既要清醒认识外部环境的复杂性，更要坚定信心把握国内超大规模市场优势，以科技创新为引擎、以绿色低碳为方向、以开放合作为路径，在构建新发展格局中实现质量变革、效率变革、动力变革，在构建现代化产业体系、推进中国式现代化中，奋力谱写长丝织造新篇章。**TA**

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

2025.9.2 – 4

国家会展中心(上海)

国际纱线及纤维采购平台

yarnexpo

中国国际纺织纱线(春夏)展览会

2026.3.11 – 13

国家会展中心(上海)

官网报名: www.yarnexpo.com.cn

参展联系: 010 - 8522 9094 / 9807

参观联系: 010 - 8522 9833

官方微信

“供强需弱”缓解，出口保持增长

2025 上半年化纤行业经济运行分析

■ 中国化学纤维工业协会 / 供稿

2025 年以来，国民经济运行总体平稳、稳中有进，但国际贸易环境复杂多变，化纤行业运行面临更为严峻的挑战。上半年，“供强需弱”局面在供给端有所缓解，产量增速逐步放缓；然而行业营业收入降幅较一季度进一步扩大，利润总额增速由正转负，盈利承压明显。此外，在部分新兴市场需求支撑及企业多元化贸易渠道拓展的推动下，化纤出口继续保持较快增长态势。

一、行业运行基本情况

（一）产量增速整体放缓，部分子行业库存仍有压力

上半年，化纤行业整体开工基本正常，各子行业开工负荷有所差异。涤纶长丝行业春节后快速复工复产，平均开工率于 3 月达年内高点，进入二季度，由于需求支撑不足，部分企业开始降负减产，行业平均开工率较高点下降约 5 个百分点。氨纶、锦纶行业在经历前期需求增长与产能扩张后，今年上半年因供需关系阶段性失衡面临较大市场压力，行业平均开工率同比分别下降 3 个百分点；7 月叠加传统需求淡季影响，行业开工负荷进一步走低。

根据国家统计局数据，2025 年 1—6 月化纤产量同比增长 4.91%，产量增速较 2024 年同期和全年均有所放缓。

库存方面，在 2024 年末较好去化后，今年一季度大部分子行业库存水平低位回升，进入二季度，部分子行业受库存积压与盈利承压双重影响，启动降负减产措施，库存压力得到一定缓解。以涤纶长丝为例，受益于 5 月中旬企业集中安排停产检修，5、6 月库存去化进程加快，数据显示，二季度末涤纶 POY 库存约为 18 天，较一季度末减少约 9 天。然而锦纶库存自年初起持续累积，二季度末库存达 38 天左右，较一季度末增加约 8 天，较年初增加约 11 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。

（二）市场价格不及年初水平，且跌幅高于原料

2025 年以来，原油价格呈现宽幅震荡走势，前期由 80 美元 / 桶（1 月 15 日）单边下跌至 57 美元 / 桶（5 月 5 日），主要因素为 OPEC+ 超预期增产和特朗普关税政策引发的需求悲观预期；6 月中东局势升级推动其快速提升至 75 美元 / 桶（6 月 18 日），但停火协议达成后迅速回落至 65 美元 / 桶（6 月 25 日），此后保持低位震荡。

化纤价格则跟随原油价格波动呈现窄幅震荡走势，以涤纶 POY 为例，1—4 月价格震荡下行，降幅为 9.13%；此后逐步震荡回升，至 7 月底降幅收窄至 4.95%。但受终端需求支撑不足影响，纤维产品价格跌幅普遍大于其原料跌幅，如年初至 7 月底 PTA 价格跌幅为 1.03%，而涤纶 POY、FDY、短纤的跌幅分别为 4.95%、6.53%、4.98%。

（三）出口增速继续保持较快增长

据中国海关数据统计，1—6 月化纤主要产品合计出口量 345 万吨，同比增加 14.73%。其中，涤纶短纤出口同比增长 29.14%。值得关注的是，5 月当月，涤纶短纤月度出口量达到 16 万吨，创近 11 年以来单月最高水平。涤纶短纤出口量近年来出口增速较快的主要原因在于东南亚、南亚等国家对我国涤纶短纤等聚酯原料需求良好。

（四）终端内销延续温和增长，外销承压仍有增长

今年以来，国内宏观经济形势总体平稳，国家提振消费专项行动扎实推进，我国居民衣着消费需求持续释放，市场供给不断优化，带动纺织品服装内销实现温和增长。国家统计局数据显示，上半年，我国居民人均衣着消费支出同比增长 2.1%，增速较一季度加快 0.9 个百分点；限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售总额同比增长 3.1%，增速较 2024 年同期加快 1.8 个百分点；网上穿类商品销售额同比增长 1.4%，增速高于今年一季度 1.5 个百分点。国潮国风、健康纺织、绿色低碳等

领域消费焕发活力，直播电商等业态模式持续激活消费。

外销方面，二季度受美国关税政策影响，出口一度出现波动。我国纺织外贸企业立足全产业链竞争优势和国际化布局优势，迅速调整业务布局，响应外部环境变化，着力化解外贸风险。根据中国海关快报数据，上半年我国纺织品服装出口总额为 1439.8 亿美元，同比增长 0.8%。出口产品中，化纤短纤、纺织纱线、织物等中间品出口增势良好，带动上半年纺织品出口金额达到 705.2 亿美元，同比增长 1.8%；但受海外需求相对疲弱以及美关税政策影响，我国服装出口压力加大，上半年出口金额为 734.6 亿美元，同比减少 0.2%。主要出口市场中，我国对美国纺织品服装出口增速较快回落，上半年出口额同比减少 5.3%；外贸企业积极拓展多元化市场布局，对欧盟、英国、韩国、加拿大、巴基斯坦、智利、尼日利亚等贸易伙伴出口实现良好增长。

（五）营收与利润均同比下滑

一季度原油价格震荡下跌，原材料成本下降使得中下游企业利润迎来改善空间。但二季度在需求疲弱下，暴露行业盈利韧性不足的短板，凸显供需失衡、成本管控与市场竞争叠加作用下的经营风险，行业盈利压力加大，随着涤纶行业自律减产，涤纶行业利润空间得到一定修复。

国家统计局数据显示，1—6 月，化纤行业营业收入同比下降 6.9%，利润总额同比下降 2.81%。其中，涤纶、锦纶、氨纶三个子行业利润总额分别同比下降 10.78%、3.79%、11.89%，而莱赛尔纤维行业表现亮眼，在技术和市场的双重推动下，产量增速大幅提升，并实现从高库存到零库存、从亏损到盈利的转变。

（六）固定资产投资增速较一季度收窄

国家统计局数据显示，上半年化纤行业固定资产投资额同比增加 10.6%，但较一季度收窄 5.2 个百分点。从行业实际新增产能看，在剔除老旧产能搬迁改造后，涤纶长丝新增约 85 万吨，涤纶短纤则无新增，产能增长压力有所缓解。

二、行业运行走势预测

下半年，全球经济和贸易增长动能减弱预期持续升温。《世界经济展望》7 月预测，在关税上调、不确定性上升、地缘政治局势紧张、财政赤字与债务增多、金融市场波动等多重因素交织影响下，2025 年全球经济面临下行风险压力。世界贸易组织（WTO）8 月 8 日发布预测，近期关税调整将对全球贸易前景产生负面影响，其中，美国 8 月 7 日生效的高额“对等关税”将在 2025 年下半年及 2026 年拖累美国进口、抑制美国贸易伙伴出口。

对于中国来说，宏观经济具备平稳运行条件，提振内需一揽子政策将缓解下行压力。上半年，国内生产总值（GDP）同比增长 5.3%。据相关机构测算，若顺利完成“5.0% 左右”的全年增长目标，下半年 GDP 增速需保持在 4.7% 左右，在外部形势不显著恶化的情况下，预计顺利完成年度增长目标的压力不大。下半年，政府或着重推动已出台政策的落地显效，同时聚焦于打通“内循环”堵点卡点。

展望全年，扭转“供强需弱”局面仍是缓解化纤行业运行压力的关键。从供应端来看，当前行业整体利润水平偏低，多数企业亟待改善竞争格局以恢复正常盈利。随着“反内卷”政策密集出台，供给端改善已初见成效。7 月，中央政治局会议明确要求“推动市场竞争秩序持续优化”，企业需进一步加强行业自律，实现从竞争到竞合的转变。从需求端来看，商品消费尚未全面回暖，居民消费能力和信心有待提升，但生活方式变革催生了个性化、情感化、场景化消费新特征，银发经济拓展了健康等领域的消费空间，化纤企业需深度挖掘消费市场，积极寻找产业融合点与增长突破口。TA

高德康出席企业家年会，新质生产力领航冰雪经济

■ 陈墨 / 文



高德康在 2025 企业家太阳岛年会上致辞。

哈尔滨的 8 月，太阳岛的盛夏清风里涌动着智慧与创新的思潮。8 月 2—4 日，以“新质生产力：新智造 新消费 新生态”为主题的 2025 企业家太阳岛年会在此盛大举行。这场汇聚政产学研高端思想的盛会，为中国企业探寻高质量发展路径点亮了前行之光。

全国工商联纺织服装业商会理事长，波司登创始人、波司登集团董事局主席兼总裁高德康受邀出席主论坛发表致辞，并参与年会系列活动高端对话，分享波司登对新质生产力的探索、对冰雪经济的深耕以及对品牌进阶升级的思考与行动。波司登品牌再一次以智能化产业基地与冰雪科技体验，向世界展现了民族品牌的创新实践与全球视野。

思想高地再发声 定义新质生产力品牌范本

8 月 3 日，太阳岛年会主论坛开启了一场关于产业发展与品牌建设的深度对话。

“发展新质生产力，是企业从中国第一迈向全球领先的核心引擎。”高德康在主论坛发表了主题为《融合聚势，向新而行，从中国第一迈向“全球领先”》的致辞，阐释了波司登 49 年专注羽绒服主业、以新质生产力驱动品牌进阶升级的战略逻辑和时代价值。

当前，我国正处于“十四五”收官与“十五五”谋篇的关键节点，全球产业竞争格局重塑，纺织服装行业已从传统制造蜕变为科技与时尚融合的创新产业。高德康表示，因地制宜发展新质生产力不仅是国家战略的召唤，更是企业迈向高质量发展的必由之路。他强调，新质生产力是以科技创新为驱动力的先进生产力质态，关键在于“向新”“提质”“攀高”。

波司登人秉持着“一群人、一辈子、一件事”的信念，49 年如一日专注羽绒服领域，以“1 厘米的宽度、1 公里的深度”专注核心主业，塑造竞争优势。波司登羽绒服连续 30 年中国市场销量领先，产品畅销全球，成为全球羽绒服

行业的领军者。2024/2025 财年，波司登实现营收 259.02 亿元、净利润 35.14 亿元，连续 8 年创历史新高；波司登品牌价值突破 1180 亿元，稳居千亿元品牌阵营，彰显强劲的发展韧性。

面对全球产业竞争新格局，波司登立足中国市场优势，以文化自信和全球视野高点定位品牌。通过亮相国际时装周、参与中国品牌日等高势能平台活动，持续提升品牌影响力；借助 AI 设计、新材料研发、智改数转等创新实践，强化“全球领先的羽绒服专家”品牌定位，筑牢新质生产力发展根基。

高德康在接受新华社企业家专访时谈到，此次参加太阳岛年会，印象最为深刻的是思想的穿透力与实践的牵引力。年会聚焦新质生产力核心议题，展现了推动区域经济协调发展的强大动能，为企业融入区域产业链、拓展合作提供了新思路和新机遇。

在解码波司登集团战略、ESG 发展以及“尔滨 × 波司登”联名品牌的创新实践时，高德康揭示了城市 IP × 民族品牌融合发展、双向赋能的深层逻辑。2024 年，波司登积极践行“冰天雪地也是金山银山”的重要理念，敏锐抢抓冰雪经济冰雪运动发展机遇，与哈尔滨战略共创“尔滨 × 波司登”联名品牌，并布局建设智能化产业基地，刷新了“当年落地、当年生产、当年上市”的政府力度和企业速度，带动鹅产业养殖、智能制造及冰雪文商旅升级，开创中国城市与中国品牌融合发展的新模式。他表示，波司登将进一步推进从原材料、到研发设计、到生产制造、到品牌推广、到销售服务的全产业链、全价值链深度合作，助力推动黑龙江冰雪经济全产业链高质量发展。

冰雪沃土炼真金 智造力驱动产业共生实践

太阳岛年会期间，一场“高质量发展龙江调研行”引发关注。8 月 2 日，组委会邀请参会嘉宾和媒体团代表走进波司登（哈尔滨）产业基地深度“探厂”，目击中国服装智造新高度。

在这座充满科技感与智能化元素的工厂里，嘉宾们直观体验到波司登在智能制造、数字化生产及科技研发方面的领先实力。

波司登哈尔滨工厂采用自主研发的 GiMS 智能制造系统，实现从布料进厂到制成成衣智能驱动全流程的生产管理。一块电子大屏幕作为工厂的“智慧大脑”，实时展示生

产关键数据，自动调配资源、派发任务，通过智能驱动全流程生产管理。裁剪、挂片、合面肩、充绒、拼块……145 道工序在智能化、自动化流水线上高效完成，组装流水线按系统指令灵活调动分配，最快生产一件羽绒服可压缩到大约三四分钟时间。“无尘充绒房”内，每台充绒机配备 12 杆精密称重装置，交替循环使用，确保羽绒充填的准确性与效率。此外，智能立体仓库、AGV 自动化物流系统等先进设施，以及融合松花江、雪花元素的“尔滨 × 波司登”联名款羽绒服展示，处处彰显着波司登在服装智造领域的高端化、智能化、绿色化发展成果。

“这款羽绒服从诞生到上市，不但见证了冰城‘速度’，更是打造了冰城服装业‘智造’新高度。”波司登哈尔滨工厂相关负责人介绍说，这座年产能 30 万件的工厂，将带动黑龙江“黄金羽绒带”的鹅产业链全链升级。未来，波司登计划与省内各高校及科研机构紧密合作，共同探索冰雪装备的研发与制造新领域，进一步提升黑龙江省及哈尔滨市在高端御寒服装制造领域的整体竞争力。

而在哈尔滨市与重点企业座谈会上，高德康分享了波司登新质生产力的理论与实践以及共生共赢理念——政府搭台、企业创新、生态共建，深化与政产学研各界的协同合作是助力东北振兴的关键路径，也是中国品牌从“产品出海”向“价值出海”的战略布局。

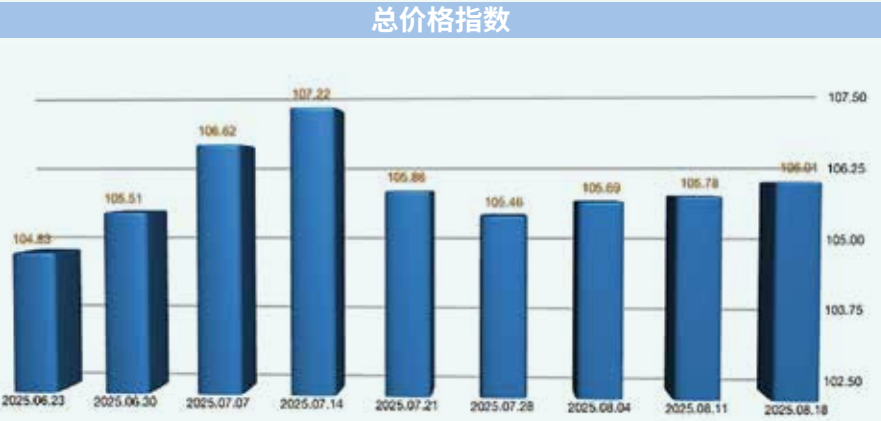
当文化自信嫁接全球视野，当冰雪美学遇见智能制造，当代表着冰雪之约的雪花徽章、滑雪者动态造型等“无人机光影秀”在太阳岛上空闪耀，演绎出别具一格的冰雪视觉盛宴，波司登在冰雪经济与新质生产力的交响中奏响了时代强音。从主论坛“向新”“提质”“攀高”的思想分享，到工厂里的 145 道智造工序，从年会现场波司登科技美学体验馆传递“科技定义冰雪美学”的主张，到 ESG 领先实践引领行业低碳转型和可持续发展，这条从中国第一迈向“全球领先”的登峰之路，正成为新时代中国品牌高质量发展集体叙事的生动缩影。TA



市场成交继续推升 价格指数环比上涨

20250818 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20250818 期纺织品价格指数收报于 106.01 点，环比上涨 0.22%，较年初上涨 1.42%，同比上涨 0.96%。



中国轻纺城市市场成交继续推升，其中：原料市场价量环比微升，坯布市场价量环比上涨，服装面料市场布匹价量环比小跌，家纺类产品成交价量环比回缩，辅料类价量环比下跌。

原料行情环比微升，涤纶稳涨互现，纯棉纱稳跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于 86.47 点，环比上涨 0.08%，较年初上涨 7.31%，同比上涨 4.71%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶行情稳涨互现。本期涤纶原料价格指数收报于 75.04 点，环比上涨 0.97%。近期华东地区 PTA 现货主流 4646 元 / 吨，环比下跌 29 元 / 吨；MEG 主流 4465 元 / 吨，环比下跌 28 元 / 吨；聚酯切片市场报价涨跌互现，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5870 元 / 吨，环比上涨 20 元 / 吨；无光切片现金或三月承兑 5790 元 / 吨，环比下跌 10 元 / 吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回升，价格稳涨互现，POY 报价 6750 元 / 吨，环比上涨 25 元 / 吨；FDY 报价 7100 元 / 吨，环比上涨 100 元 / 吨；DTY 报价 7950 元 / 吨，环比持平。上游聚酯原料价格涨跌互现，下游需求环比增加，聚酯工厂涤纶长丝价格稳涨互现，常规品种和新款品种成交量环比上涨。

纯棉纱价格稳跌互现，再生纤维素价格环比下跌。近期，纯棉纱收报于 109.36 点，环比下跌 0.95%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比回落，价格稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16420 元 / 吨，环比下跌 40 元 / 吨；普梳 32S 纯棉纱报价 21480 元 / 吨，环比下跌 20 元 / 吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元 / 吨，环比持平。国产纯棉纱原料成交环比回缩，纯棉纱市场交投环比下降，纺企反映走货逐日回落，询价及成交环比下降。

近期，再生纤维素类指数收报于 86.44 点，环比下跌 2.40%。粘胶短纤原料价格基本稳定，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 12700 元 / 吨左右，环比持平。人造棉收报于 73.50 点，环比下跌 0.09%。30S 人棉纱价格报 17030 元 / 吨左右，环比下跌 20 元 / 吨；40S 人棉纱报 18500 元 / 吨左右，环比持平。人造丝收报于 100.73 点，环比上涨 0.99%。

坯布行情环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 115.47 点，环比上涨 2.05%，较年初下跌 3.14%，同比下跌 2.83%。

近期，坯布市场营销环比推升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比增加，坯布价量环比上涨。其中：混纺纤维坯布收报于 115.54 点，环比上涨 1.86%，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比上涨。天然纤维坯布收报于 187.33 点，环比上涨 0.82%，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比上涨。

服装面料环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 111.51 点，环比下跌 0.14%，较年初下跌 4.42%，同比下跌 4.25%。

本期服装面料类价格指数环比小跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，夏季面料下单环比下降，秋季面料下单环比回缩，对口客商入市认购继续回缩，服装面料价格指数环比下跌。其中：纯棉面料、毛及其混纺面料、粘胶面料类成交价量不等量下跌。

特色分类指数中：T 恤衫面料指数收报于 107.06 点，环比下跌 0.04%；西装面料指数收报于 110.74 点，环比下跌 0.02%；大衣面料指数收报于 104.72 点，环比下跌 0.02%；针织工艺面料指数收报于 115.21 点，环比下跌 0.03%；透气性面料指数收报于 109.47 点，环比下跌 0.05%。

家纺市场环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.02 点，环比下跌 0.46%，较年初下跌 0.83%，同比下跌 1.05%。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，家纺市场行情环比回缩，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 101.55 点，环比下跌 1.04%；窗帘类收报于 102.03 点，环比下跌 0.12%；其他家纺类收报于 94.54 点，环比下跌 0.41%。

市场行情继续回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期辅料类价格指数收报于 113.29 点，环比下跌 0.34%，较年初下跌 13.55%，同比下跌 12.12%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。其中：带类收报于 122.59 点，环比下跌 0.05%；花边收报于 175.82 点，环比下跌 0.13%；窗帘布带收报于 106.53 点，环比下跌 0.52%；打孔圈收报于 102.02 点，环比下跌 0.03%；挂球和挂钩收报于 110.83 点，环比下跌 1.79%；窗帘轨道收报于 97.40 点，环比下跌 0.56%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。后市内销市场营销将环比小增，市场内供应商打样下单将继续增加，实质性订单将环比小增，尤以秋冬面料订单为主。产业链终端的纺织企业受成品库存较高及销售回款周期拉长影响，导致资金压力加大。后市创新面料价格维持震荡上行的可能性依然较大。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



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

低碳节能 纺织行业新引擎



绘智美好睡眠

2025绘睡 春夏凉感系列

GO TO SUMMER RESORT



打造舒适睡眠和健康睡眠
的生活方式品牌。