

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 2025.09.08 | 第33期 | 总第1233期



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。

HONGMIAN



营业
时间

周一至周五：8:00 — 18:00
周六至周日：8:00 — 20:00

地址：广州市环市西路184号
www.hongmian.com



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
融媒体中心		
总监		徐长杰（兼）
副主任		耿 聃
资深摄影		关云鹤
美编		李举鼎
编辑/记者		牛学轶
热线电话		
总 编 室: 010-85229395		新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229026		传 真: 010-85229422
国际标准刊号:ISSN 1674-196X		国内统一刊号:CN11-5472/TS
广告发布登记通知书号:京东工商广登字20170146号		
出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司		
地址:北京市东城区东四西大街46号院(100711)		
定价: 每期人民币12元		
日本合作媒体:纤维News		
印度合作媒体:Inside Fashion		
欧洲合作媒体:Textile		
台湾地区合作媒体: 中国纺织网		
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*

桑麻学者奖 4 名建议授奖人选出
中国纺联工会联合会第一届委员会第一次会议召开



08

关注 *Attention*

一针一线筑盛典！纺织力量护航九三阅兵
纺织界“天花板级”盛会再现上海！

12

特别报道 *Special*

经纬织就美好生活，智造赋能产业未来
以创新焕活千年织锦，共探非遗融合新实践
家纺直播电商主题沙龙：玩出新花样，揭秘数智时代破局之道
许村甄选：特色面料 + 产业实力，打造区域品牌金名片
“时尚海宁 锦绣许村”品牌服装展演演绎潮流新势力

16

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

体重管理带火“减重经济”，柯桥纺织如何分一杯羹？
以创新为针，织就防晒面料新图景
“柯新亚”专线首发，打通国际物流新动脉
挖掘新兴市场，拓展全球贸易

20

印染 *Industry*

市场多变，高质量发展是关键

21

产业用 *Industry*

稳中求进，破局前行

22

纺机 *Industry*

以科技创新为主线，这场大会“剧透”纺机行业未来

24

观察 *Observation*

数字经济背景下的企业营销创新策略
AI 图像生成技术对丝绸图案设计的影响与重构

26

指数 *Index*

市场成交环比回缩 价格指数环比下跌



刘 嘉
《纺织服装周刊》副社长

INDUSTRIAL UPGRADING

纺织盛会绘新篇，
创新驱动产业升级

金秋时节，上海再次成为全球纺织业的焦点。35 万平方米展区、近 5200 家展商齐聚国家会展中心（上海），2025 中国纺联秋季联展以强大规模与影响力，向世界展现了中国纺织工业的蓬勃活力与创新实力。这不仅是一场行业的盛会，更是观察中国纺织产业迈向高质量发展的重要窗口。

本届联展汇聚 Intertextile 面辅料展、CHIC 服装展、Yarn Expo 纱线展和 PH Value 针织展四大旗舰展会，形成从纤维、纱线、面料到成衣的全产业链展示格局。来自全球 30 余个国家和地区的企业同台竞技，既凸显了中国在全球纺织供应链中的核心地位，也体现了国内外产业交流合作的深度与广度。

科技创新是本届展会最鲜明的特征。在面辅料展上，万兴隆集团的超轻冲锋衣面料仅重 60 克，融合防水透气与极致轻盈；盛艺集团通过纳米技术重新定义舒适边界；立新纺织的玛丽棉、蛋白丝系列打破场景与功能的限制。纱线展上，华鼎股份的易去污纤维、三友集团的唐丝系列、新华源的生物基可降解纱线，无不展现产业链上游的创新活力。在这里，你可以看到，科技创新已成为行业发展的核心驱动力。

绿色可持续是贯穿展会始终的另一条主线。从 EcoTang 原生低碳纤维到 ReVisco 循环再生材料，从太阳能光伏纱线到无水染色技术，绿色理念已经深度融入产品研发、生产制造和产业链管理的各个环节。这种绿色转型不是被动应对，而是企业主动寻求价值提升的战略选择，彰显了中国纺织工业的责任担当与长远眼光。

数字化转型同样令人瞩目。数字时尚创新空间、智能制造解决方案、跨境电商专场等活动，显示纺织产业正在积极拥抱数字时代。通过数字化技术，企业不仅优化生产流程、提升效率，更重构了商业模式和消费体验。线上线下载融合、产业链协同创新、精准商贸对接，数字化正在重塑纺织产业的生态格局。

产业集群化发展展现出中国纺织产业的整体优势。山东、江苏、浙江、福建等地的产业集群以“展团”形式集中亮相，呈现从制造基础到创新生态的全面优势。这种集群化发展不仅形成了完整的产业链配套，更促进了知识溢出和协同创新，构建了难以复制的产业竞争力。

CHIC 展会以“秋游野餐会”为概念，打破传统展会边界，打造兼具社交松弛感与商贸高效能的行业盛会，反映了纺织服装行业正在从单纯的商品交易向价值共创、生态共建的方向演进。

当前，中国纺织工业正加速由规模扩张向质量效益转变，由产业链改革向价值链高端跃迁。这场“天花板级”的行业盛会，不仅展现了当下的辉煌，更预示着未来的方向——中国纺织正在创新驱动的道路上稳步前行，必将织就更加绚丽的产业图景。



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

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。
货物贸易规模持续扩大。今
年 1—7 月，中国与其他成员
国货物贸易额达 2931.8 亿美
元，同比增长 1.8%。

——商务部

最新数据显示，“十四五”
期间，我国口岸布局持续优
化，新增对外开放及扩大对
外开放口岸 40 个，截至目
前，全国对外开放口岸达到
了 311 个。

——人民日报

中国物流与采购联合会、
国家统计局服务业调查中心 8
月 31 日公布的数据显示，8
月份中国制造业采购经理指
数为 49.4%，较上月上升 0.1
个百分点。

——新华网

1—7 月，全国规模以上
工业企业实现营业收入 78.07
万亿元，同比增长 2.3%。

——经济日报

8 月，中国物流业景气指
数为 50.9%，较上月上升 0.4
个百分点。

——中国物流与采购联合会

Hotspot / 热点

桑麻学者奖 4 名建议授奖人选出

“纺织之光” 2025 年度中国纺联科学技术奖桑麻学者奖评选会举行

9 月 1 日，“纺织之光” 2025 年度中国纺织工业联合会科学技术奖桑麻学者奖评选会于上海举行。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、原会长杜钰洲、副会长李陵申，中国工程院院士孙晋良、陈文兴，中国科学院院士朱美芳，中国工程院院士徐卫林、孙以泽，香港查氏纺织集团有限公司董事王羽盛、魏元孙，常州市桑麻教育基金会执行理事杨大伟，纺织之光科技教育基金会代理理事长陈志华，中国纺织工程学会理事长伏广伟，中国纺织工业联合会科技发展部主任张传雄等领导出席此次评选会。会议由评审委员会主任、中国纺联原会长杜钰洲主持。

评选会上，评审委员会专家对候选人进行全面评议，采用无记名投票的方式，最终选举产生 4 名建议授奖人选（名单将于近期公示）。

统票期间，还举行了常州市桑麻教育基金会改革方案征求意见座谈，与会领导、专家对方案提出了很多中肯、有指导意义的建议，涉及筹资渠道拓展、奖励范围扩大、桑麻品牌影响力提升等方面，后续基金会将进一步调整和完善改革方案，稳步推进。

座谈结束后，王羽盛首先代表桑麻基金会向与会领导、专家表示感谢，并指出桑麻学者奖的前身，是查济民老先生于 1997 年设立的桑麻纺织科技奖。在中国纺联倡议与查美龙主席的积极响应下，2019 年该奖项正式纳入中国纺联科学技术奖序列，实现了跨越发展。成果突出的桑麻学者，为行



与会领导嘉宾合影。

业发展注入新动能，这与桑麻基金会“科教兴纺”的宗旨高度契合。

孙瑞哲在总结发言中指出，桑麻基金会多年来为我国纺织行业发展持续贡献力量，此次改革计划也对纺织行业发展提出了更多有益的建议和尝试，我们非常支持，也希望能不断优化方案，逐步推进。科技为梭，时尚为线，绿色为染，健康为帛，我们要以奋斗书写现代产业体系的史诗，让纺织强国的号角在新时代永远响亮。（陈默）

Scene / 现场

十如 荣获全国首批“零碳园区”认证

8 月 27 日，中国桂林。溢达可持续发展园林十如正式荣获中国节能协会颁发的“零碳园区”证书，成为行业首批通过此项国家级认证的园区。证书颁发仪式上，与会领导及各企业和机构代表等共同见证了这一重要时刻。

中国节能协会碳中和专委会常务副秘书长王挺在仪式中表示，十如成功破解了长期困扰制造业的发展悖论——如何在保持经济增长的同时实现环境友好。十如零碳转型的核心在于其源自于集团的七大净零排放策略：发挥最佳能源效益、负责任地善用材料、优先使用清洁能源、强化绿色价值链、加强伙伴协作、推广绿色生活及进行可靠且可持续的碳补偿计划。这不仅为零碳园区建设提供了科学化、标准化、可落地的实施路径，更通过标杆示范效应，为“双碳”目标的实现贡献创新实践样本。

十如总经理孙大勇表示，十如获得“零碳园区”认证，得益于溢达集团在节能减碳技术、清洁能源应用、生产工艺优化等领域的战略投入在十如的集中体现。这一成就也离不开全体员工的共同努力，从生产一线到技术研发，从管理团队到后勤保障，每一位员工都是十如零碳转型的参与者和贡献者。未来，公司将继续发挥全员智慧，进一步探索节能减碳技术的产业化应用，努力构建从本土实践到全球推广的可持续发展新模式。

在全球制造业面临绿色转型的关键时刻，十如用砥砺前行实践证明：传统制造业完全可以通过系统性创新实现从高碳向零碳的华丽转身。正如十如所展现的，零碳不是遥不可及的理想，而是通过科学规划、技术创新、管理优化可以实现的现实目标。（李贺）

恒申集团 & 东丽 TSD 共启锦纶领域 T2T 循环经济新篇章

9 月 2 日，在 2025 Intertextile 中国国际纺织面料及辅料博览会 4.1 号馆的恒申展位上，恒申集团与东丽酒伊织染（南通）有限公司（以下简称“东丽 TSD”）联合亮相，展示双方自今年初签署战略合作协议以来在可持续发展领域的多项成果，尤其是“Textile-to-Textile（纺织品到纺织品）”循环项目的实质性进展，为行业打造具有示范效应的合作典范。

会上，恒申集团副总裁梅震表示：“我们相信，只有真正打通从原料、纱线、面料到终端的全链路，才能让 T2T 理念真正融入纺织品生命周期。”他强调，恒申与东丽已从“商业伙伴”全面升级为“生态同盟”，通过贯通从原料到终端的全产业链，真正将 T2T 理念融入纺织品全生命周期。双方围绕技术共生、生态共融与价值共创展开深度协同，致力于为全球功能性纤维与可持续发展开辟新路径。

东丽 TSD 副总经理石井慎二指出，工业发展为人类生活带来便利的同时也伴随着环境挑战，东丽始终将可持续创新作为企业发展的核心使命。此次与恒申合作的 T2T 项目预计在 2026 年初建成，是东丽 TSD 计划于 2030 年前实现零碳工厂建设的关键推动力。他表示，本次 TSD 与恒申共同推进的 T2T 循环模式，也将通过纺织废料和已消费纺织品的闭环再生，助力实现全球温室气体减排与纺织品零碳制造的目标。

此次联合亮相活动不仅是双方合作成果的集中呈现，更彰显了两大集团引领行业绿色转型的信心与决心。未来，恒申与东丽将继续深化资源互补与项目合作，为共同打造全球可持续纺织新材料产业生态，全面助力全球时尚可循环、低碳化发展作出新的贡献。（邹凌铃）

Focus / 聚焦

谱写工会工作新篇章

中国纺联工会联合会第一届委员会第一次全体会议召开

2025 年 8 月 26 日，经中国纺织工业联合会党委、全国性行业协会商会工会联合会批准，中国纺织工业联合会工会联合会第一届委员会第一次全体会议在北京召开。

全国性行业协会商会工会联合会有关负责同志，中国纺织工业联合会党委副书记、会长孙瑞哲，中国纺织工业联合会党委副书记陈伟康，以及中国纺织工业联合会工会联合会全体委员参加了会议。

会议审议通过《中国纺织工业联合会工会联合会组织办法（试行）》，选举产生中国纺织工业联合会工会联合会第一届委员会和常务委员会以及经费审查委员会，协商产生女职工委员会委员。周腊权当选中国纺织工业联合会工会联合会第一届委员会主席，刘彦威、焦培、李波、郭慧娟、刘丽华当选副主席；李振洁当选经费审查委员会主任，赵希彬当选副主任。

Direct / 直击

前十名占了四席！ 30 余家纺企上榜“2025 中国民营企业 500 强”

8 月 28 日，全国工商联在辽宁沈阳发布了“2025 中国民营企业 500 强”。纺织企业代表中，恒力集团有限公司位居前三，浙江荣盛控股集团有限公司位居第七名，盛虹控股集团有限公司位居第九名，山东魏桥创业集团有限公司位居第十名。另外，还有浙江恒逸、桐昆控股、南山集团、雅戈尔集团、海澜集团、传化集团、新凤鸣控股、恒申控股、永荣控股、三房巷集团、安踏体育用品、福建金纶高纤、内蒙古鄂尔多斯投资控股、华峰集团、太平鸟集团、波司登股份、宁波申洲针织、雅鹿集团、森马集团、中哲控股、精工控股、福建百宏聚纤科技、兴惠化纤、红太阳集团、华芳集团、美欣达集团、宁波博洋控股、万事利集团等近 30 家纺织服装企业榜上有名。

据了解，此次民营企业 500 强入围门槛增至 270.23 亿元；营业收入总额达到 43.05 万亿元；净利润合计 1.80 万亿元；研发费用总额 1.13 万亿元，研发人员总数 115.17 万人，平均研发经费投入强度 2.77%；纳税总额达 1.27 万亿元，纳税额超过 10 亿元的企业有 240 家，占 500 强比例为 48%。

今年全国工商联组织开展第 27 次上规模民营企业调研，共有 6379 家 2024 年营业收入 10 亿元以上的企业参加，其中营业收入前 500 位的企业为“2025 中国民营企业 500 强”。（郭春花）



圆桌对话会现场。

聚焦全链协同，赋能产业提升

2025 纺织服装渠道变革圆桌对话会举办

全球经贸格局深度重构与国内国际双循环相互促进的时代背景下，中国纺织服装产业正迎来一场深刻的渠道变革。如何破解内外贸易壁垒，提高区域经济新动能，成为产业转型升级的关键。8 月 28 日，一场以“聚焦全链协同，赋能产业提升”为主题的 2025 纺织服装渠道变革圆桌对话会在浙江嘉兴洪合镇举行，为洪合毛衫产业跃升国际时尚枢纽给出了多元路径。

中国纺织工业联合会流通分会会长徐建华、副会长王水元，中国城市临空经济研究中心秘书长、北京临空国际技术研究院院长马剑，洪合毛衫商会会长姚明良与全国各地纺织服装专业市场代表、洪合镇政府相关部门及毛衫市场负责人共同参加了此次会议。

马剑以“临空经济：区域发展新引擎”为题，详细阐述了临空经济作为以大型航空枢纽为依托，集聚高端制造业和现代服务业的新经济形态，对于区域经济的强大带动作用。

王水元以“破解壁垒，构建纺织服装产业流通内外贸一体化融合发展新格局”为题，剖析了当前纺织服装产业在内外贸一体化进程中面临的机制、能力、渠道三大核心壁垒并给出了相关建议。

专题对话环节，洪合毛衫商会会长姚明良、毛衫派平台运营总负责顾宁录、中国城市临空经济研究中心秘书长马剑、敦煌网渠道事业部浙江区域负责人颜常州四位嘉宾进行了交流与探讨。

聚焦全链协同，赋能产业提升，这不仅是洪合的课题，更是中国纺织服装市场集群转型升级的共同方向。站在新起点的洪合毛衫，必将借助临空经济发展机遇，成功跃升为全球瞩目的时尚枢纽。（苏蜜）



一针一线筑盛典！ 纺织力量护航九三阅兵

■ 本刊记者_夏小云

2025年9月3日，纪念中国人民抗日战争暨世界反法西斯战争胜利80周年大会在北京天安门广场隆重举行。这场跨越时空的庄严仪式，既是对先辈浴血岁月的深情回望，更是向世界宣告和平决心的重要时刻。

当受阅官兵迈着铿锵正步走过长安街，你可知道：那支撑正步的阅兵靴，是际华集团车间里经过千次调试的“科技战靴”；空中护旗梯队护卫的“中国红”旗帜，是邦维研发团队无数次比对试验的匠心成果；高校合唱团的“铁血灰蓝”演出服，则是北服设计师57天打磨近500款方案的孜孜以求……

际华集团： 50天攻坚，98951件军需装备零差错交付

作为服务历次国庆阅兵、纪念抗战胜利70周年阅兵、建军90周年朱日和阅兵等重大阅兵活动的“军需老兵”，际华集团此次再挑重担——旗下3502、3514、3515等7家子公司，承接近百品类、98951件/套服装、鞋靴及配套装备的生产任务，以“保军首责”扛下“品类多、工期紧、标准高”的重重挑战。

际华集团党委第一时间构建起“党委统筹、部门联动、全员协同”机制，成立阅兵任务生产领导小组，召开专项动员部署会，细化任务分工，明确“零差错、零延误”目标。

生产现场呈现“全厂动员”景象：职能部门人员奔赴生产第一线，有人主动递交“请战书”支援一线，班组自愿立下按期交付“军令状”，甚至有职工带病坚守岗位。50余天里，从裁剪车间的精准落刀，到缝纫车间的细密针脚，再到包装车间的严谨分拣，全员以“特别讲政治、特别能吃苦、特别能战斗、特别能奉献”的军需精神，确保所有产品按期交付。

量体环节更显精细，这是服装合体的“第一道关口”，直接决定生产成败。接到任务后，际华第一时间与相关单位对接，选派首席及资深量体师，于6月5日奔赴北京阅兵村。抵达现场后，量体团队片刻不歇，以饱满热情投入紧张的数据采集工作。12个日夜连续作战，他们每天从清晨到深夜坚守岗位，细致测量每一位官兵的尺寸，确保数据零误差。后续技术人员抵达后，不顾旅途疲惫，放下行李便加入队伍，与大家并肩作战。为抢出备料生产时间，每天从傍晚到深夜12点，量体人员都在灯火通明的办公室里专注录入、归档、核号、汇总当天数据，以“当日事当日毕”的效率保障数据准确、完整。

为破解“工期紧”难题，际华采用纸质版生产计划，标注裁剪顺序、日产量等关键节点，每日召开协调会解决当天问题；物流环



节根据材料特性选择空运、高铁直送等方式，实时跟踪动态；车间依托MES系统实现数字化管理，按单核算、及时退库，杜绝辅料浪费。

技术团队全程对接军方，从材料筹措的严格筛选，到样板打制的精准校准，再到标准规范的迭代修订，每一个环节都力求“臻于至善”。原材料到货后由技检专人送第三方检测，合格后方可投入生产，确保“每一米布料、每一粒纽扣、每一轴线”均达标；针对特殊材料，积极拓展新供应商，通过资质审核与小样检测严把质量关。

装备细节藏满“黑科技”：阅兵靴鞋底采用了特殊缓震材料，能吸收80%的冲击力，就算站2小时军姿也不费劲；鞋型是基于10万组脚型数据建模设计的，哪怕“万人一码”也不磨脚；大檐帽帽牙子经“选美级”筛选，确保帽顶一周圆润均匀；女民兵丝巾采用激光裁切，精度达毫米级，缝纫用细如发丝的9号针，针脚细腻难辨——这些细节让装备既显军威又保舒适。

北京邦维公司： 匠心捧出“中国红”，护航空中飘扬旗帜

当空中护旗梯队飞过天安门广场，一面面猎猎旗帜的亮眼色彩，源自北京邦维公司的特种面料。作为承担阅兵旗帜材料供应的企业，邦维以“铸就大国防护”为使命，将政治责任融入每一米面料的生产。

2025年5月，北京空间机电研究所紧急订购阅兵特种旗帜面料，时间紧、任务急。邦维高层明确：“这不是普通订单，是政治任务！”随即成立专项工作组，集中力量，全力保障。

首批试产材料遇到颜色偏深问题，技术人员加强工艺精进，经过四轮五十多次比对试验，终于攻克了难关，精准还原出旗帜材料的“中国红”。从纤维织造到坯布练漂，从织物涂层到印染面料，每一处细节都倾注着“大国工匠”的执着与坚守。

为保证任务的完成，工厂加班加点生产。生产一线人员说，这批材料关乎国家形象，要把材料品质做到极致！质检部门将抽检频次提升至普通订单两倍，对微小瑕疵采取“零容忍”，以“绣花功夫”打磨阅兵红旗的各项性能要求——旗帜的色彩、抗风强度、抗撕裂、耐候性能等，旗帜和标语明显比以前耐用，寿命提升了2—3倍，品质全面提升。

看着九三阅兵电视直播中迎风招展的旗帜，技术人员感慨道，以前总觉得“大国工匠”很遥远，现在才明白，把平凡的事做到极致，就是最大的爱国，我们付出的汗水、艰辛都是值得的！



纺织人以责任+匠心，积极作为勇担当。

北京服装学院： “铁血灰蓝”服装，刚柔并济显青春担当



此次，北京服装学院发挥专业优势，承担高校合唱团演出服装与“和平80”观礼包设计，让设计成为传递抗战精神的载体。

北服副院长邹游领衔5个设计小组，历时57天从近500款方案中确定最终设计，核心围绕“返朴归真”思想：色彩上，提取抗战军装靛蓝粗布色调，调整纯度明度形成“铁血灰蓝”，男队员铁血灰蓝衬衫配汉白玉白西裤显利落，女队员蓝白渐变连衣裙展灵动；款式上，指挥服借鉴传统立领、对襟形制，缀丰饶金色长城纹样纽扣与刺绣，呼应大会主题；细节上，男裤脚脚宽窄精确到毫米，女裙褶数反复测算。邹游强调，衣服不适会影响表演情绪。因此面料经排湿、透气、防晒测试，演出鞋用3D打印技术实现“皮鞋外观、运动鞋舒适”，确保学子们演唱时既精神又自在。

北服服饰艺术与工程学院承担了纪念大会“和平80”观礼包设计任务。围绕“铭记历史，珍爱和平”主题，设计团队将数字“80”抽象为包袋立体结构，色彩选取城墙红、橄榄绿与丰饶金，材质兼顾防水性能与日常实用性。历经4次设计迭代、6次评审会推敲，从6个方案中确定最终款，最终31天完成7.5万只生产并顺利入仓。

从际华的军需硬保障，到邦维的旗帜材料攻关，再到北服的设计软赋能，大家以纺织为纽带，将责任、匠心与精神融入每一件产品。所有人的努力，不仅让盛典更显庄重精彩，更彰显了中国纺织行业服务国家、传承精神的坚定担当——这一针一线坚守，既是对先辈的致敬，也是对新时代“保军为民”初心的最好诠释。TA



秋季联展现场。

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

CHIC

yarnexpo

PH

纺织界“天花板级”盛会再现上海！

2025 中国纺联秋季联展登陆沪上

■ 本刊记者 _ 陶红 董笑妍 王利 耿聃

金秋绘锦绣，纺织谱华章。汇聚全球产业精英，共探新周期下价值链升级的创新路径，9月2—4日，2025中国纺联秋季联展在国家会展中心（上海）盛大举办。本届联展集 Intertextile 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会、CHIC 中国国际服装服饰博览会（秋季）、Yarn Expo 中国国际纺织纱线（秋冬）展览会、PH Value 中国国际针织（秋冬）博览会四大旗舰展会于一体，以35万平方米的恢弘规模，汇聚全球30余个国家及地区近5200家优质展商，全面呈现中国纺织产业在科技、时尚、绿色、健康领域的非凡实力与最新成果。

开幕首日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，原会长杜钰洲，原副会长许坤元，中国工程院院士、东华大学教授俞建勇，中国工程院院士、武汉纺织大学党委书记徐卫林，中国纺联会领导夏令敏、陈伟康、徐迎新、陈大鹏、李陵中、端小平、杨兆华、阎岩、梁鹏程，原副会长张延恺，专家咨询委员会委员曹学军，国家发展改革委节约资源和保护环境司原二级

巡视员杨尚宝，工业和信息化部消费品工业司纺织处副处长吴桐，法兰克福展览（香港）有限公司董事总经理温婷等领导嘉宾，以及中国纺联各部门、各成员单位负责人，在展会主办方负责人的陪同下参观了本届联展。

当下，中国纺织工业正加速由规模扩张向质量效益转变，由产业链改革向价值链高端跃迁。本届联展再次依托上海这一国际商贸枢纽，搭建起全球纺织服装产业交流合作的最大平台，充分彰显中国纺织在全球供应链中的核心地位与创新活力。

行走在展馆之中，人潮涌动间，多元互动让科技与艺术交织的气息扑面而来。除海量参展商带来的商贸洪流外，四展联袂再拓传统展会边界，通过静态展示、动态发布、趋势研讨、行业论坛、商贸配对、沉浸体验与数字化服务等多维场景融合，打造出一个资源汇聚、机遇涌动的产业生态圈。让观展不再是单向的信息接收，而成为一场可触、可感、可对话的深度体验，让每位专业观众与行业未来真实相拥。

2025 Intertextile 秋冬面辅料展：

科技重塑边界，商机链接全球

人潮如织，声浪涌动！2025中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会展出面积达24万平方米，覆盖国家会展中心（上海）9大展馆，汇聚了来自全球26个国家和地区的超过3700家海内外顶尖展商……以超大规模的展示空间、空前强大的展商阵容，再次彰显其引领全球纺织业创新与发展的核心地位，为来自世界各地的从业者、品牌与买家打造了一场汇聚前沿科技、多元设计与无限商机的行业盛宴。

科技成为产品功能进化与体验重构的核心力量。展会现场，一批领军企业以科技为引擎，推动产品功能跨越升级，重塑户外、运动与日常穿戴的性能边界。可以看到，面辅料行业正向科技化、场景无界化与可持续价值深度融合的方向演进，通过材料创新、智能制造与全产业链协同，为多场景着装提供兼具高性能、美学质感与可持续属性的综合解决方案。

中国麻纺协会展团及山东、江苏盛泽、浙江绍兴、湖州、海宁、福建石狮、晋江、长乐等国内核心产业集群以“展团”形式集中亮相，凸显中国纺织

产业从制造基础到创新生态的全面优势。

国际方面，来自26个国家和地区的700余家国际展商齐聚国际展区，呈现全球纺织业的创新脉动。

开展首日，国内外“千人买家团”强势来袭，商贸氛围瞬间被推向高潮；专场商贸对接会成为衔接上下游产业链的“超级接口”。

为贯通产业链上下游、链接全球供需信息，2025Intertextile 秋冬面辅料展精心规划了趋势发布区、特色展示区及论坛区三大核心板块，打破产业信息壁垒，激活创新协同动能，为行业注入高质量发展新活力。

此外，展会还精心设置了“可持续创新专区”“可持续发展专区”“新技术创新空间”“数字时尚创新空间”“创新与数字解决方案专区”等一系列专题展区，系统呈现了纺织行业在绿色转型、健康科技和数字融合等方面的前沿进展与创新实践，全面推动行业向高端化、智能化、绿色化和融合化方向迈进。

CHIC 2025（秋季）：

于松弛中欢聚，共创价值同盟

秋意渐浓，商贸正暖。2025 CHIC 中国国际服装服饰博览会（秋季）以“秋游野餐会”为灵感，打破传统展会边界，打造出一场兼具社交松弛感与商贸高效能的行业盛会。

步入展馆，仿佛踏入一场秋日嘉年华。展位设计融入自然元素与互动装置，商贸洽谈区化身惬意“野餐营地”，行业沙龙与趋势发布以趣味形式展开。CHIC2025（秋季）占据三大展馆——2.1馆、3馆与北馆，汇聚652家实力展商，覆盖服装全产业链，精准呼应“新智造、新产品、新场景”三大关键词，全方位释放中国服装产业的创新动能。

本届CHIC上，位于北馆的“CHIC之选”展区无疑是最值得关注的展区之一，这里集结了二十余家行业顶尖品牌，以精湛工艺、可持续理念和前沿设计，彰显“中国制造”的新高度。2.1馆则致力于打造“服装全品类一站式采购平台”，六大展区亮点纷呈：户外运动装备融合功能面料与潮流设计，时尚定制展区呈现个性化与高端工艺，智能制造与数字化解决方案实战

2025 Yarn Expo 秋冬纱线展：

迎战金九银十，抢滩全球商机

金风轻拂九月天，硕果盈枝庆丰年。9月2日，2025中国国际纺织纱线（秋冬）展览会如约而至，2.7万平方米展览面积、8大专业展区，汇聚了来自16个国家和地区的近570家中外优质纤维纱线企业，带来最前沿的新产品、新技术，展示产业链上游的创新活力，解码纺织源头的价值引力。

在推动纺织现代化产业体系建设中，纤维纱线行业作为产业链上游创新密集、价值密集的关键环节至关重要。走进2025 Yarn Expo 秋冬纱线展现场，你会发现：以科技、时尚、绿色、健康为新坐标，创意花式纱、奢华羊绒纱、品质毛纱、绿色麻纱、华彩真丝、功能化纤、流行棉纺、国际展区八大专业展区，构建起产业链上游的创新矩阵，引领行业高质量发展“风向标”，诸多纤维纱线企业以科技创新重塑价值引力，驱动纺织行业的深刻变革。

作为锦纶领域的领军企业，义乌华鼎锦纶股份有限公司专注于高品质、差别化民用锦纶，已完成锦纶6、锦纶66共同组成的锦纶长丝矩阵。

福建新华源科技集团携多款特色纱线亮相。其中，Sadaer系列纱线为

2025 PH Value 秋冬针织展：

“智”启未来，心“织”所向

发现行业数智风向，洞见市场消费趋势，把脉零售流量密码……9月2日，随着2025 PH Value 中国国际针织（秋冬）博览会在国家会展中心（上海）3号馆盛大启幕，海内外纺织同仁齐聚沪上。10万+人潮涌动的展馆内，针织产业勃勃生机鲜活焕发。

2025 PH Value 秋冬针织展以1.4万平方米展示空间，特别划分为：聚焦针织服装服饰的“臻品智造”展区，主打内衣、家居服与袜品的“肌理诗篇”展区，以运动休闲品类为核心的“型动空间”展区，以及重点呈现功能性针织产品及趋势的“材料美学”展区。四大主题展区汇聚近200家针织品牌和制造商，共同描绘产业欣欣向荣、奋跃向上的生动姿态。

漫步展馆，从原材料到工艺再到款式设计的创意升级，让奔赴而来的专业买家们，可以一站式阅览更多元丰富、千变万化的针织时尚新品，惊喜的笑脸与感叹，以及拿着手机拍拍拍，成为现场随处可见的画面。

中国针织产品流行趋势展区内，科技、时尚、绿色、健康的创新前沿

演示引人驻足。3馆内“设计力量”“配饰鞋包”两大展区成为创意与商业交汇的活力场，独立设计师与原创品牌涵盖多品类，推动创意落地与资源对接。新疆、平湖、绍兴等十余个产业集群联合参展，凸显区域制造实力。

除了10万+的展品展示，展会期间，CHIC还打造了全天候高精度商贸对接会，涵盖买手店专场、海外买家对接、抖音达人合作等多元场景，助力展商快速触达目标客户。与此同时，30余场CHIC商业论坛（CHIC TALK）与“设计有力”沙龙如期举行，行业领袖、设计师、供应链专家与买手共聚一堂，探讨趋势、共享干货，推动创意真正实现“被看见、被买走”。

头部博主组成的“时尚体验官”团队穿梭展馆，将展会亮点转化为社交平台上的“种草”内容，进一步打通从产业端到消费端的传播链条。

CHIC2025（秋季）不仅是一个高效的“生意场”，更是一个灵感与信任交织的“充电站”。在金秋的收获季节，中国服装人以松弛之心，欢聚之力，共探行业新可能，共绘未来新图景。

100%生物基且可降解，莱赛尔系列纱线亲肤透气，Salaier（赛莱尔）系列纱线优化后规避了莱赛尔原纤化问题，赛得利消光粘胶系列纱线则可抗紫外线。

专注于高端羊绒羊毛纱线的浙江万新纬染纺织科技有限公司重点展示了纯羊毛、羊绒花式纱，各类高比例羊绒羊毛类混纺花式纱以及功能性的春夏纱线。

展会同期，桐昆·中国纤维流行趋势2025/2026、白鲨·中国纱线流行趋势2025/2026、纤维新视界—纺织材料创新论坛、企业产品发布会等同期活动，以静态展、走秀、趋势分享等多元形式轮番上演。同时，通过直播逛展、采购团参观、贵宾买家洽谈区对接等“线上线下”齐发力的创新服务，帮助参展企业把握全球市场商机。

乘金九银十之风，2025Yarn Expo 秋冬纱线展以其独特的魅力吸引了全球纺织人的目光。在这里，可以透过纤维的微观世界，洞见未来市场的宏观商机；在这里，人流、资金流、信息流交融，碰撞出纺织产业转型升级的无限可能。

产品集中展陈，更是吸引了海内外专业买家及同台竞技展商的一致关注。产品中的AI应用、新工艺突破以及绿色材料与环保理念在产品中的具体转化大获好评。

本届展会共策划6场重磅活动。展会首日，四场精彩活动接续展开、燃爆全场，一场场时尚活力的动态秀演更是令人赏心悦目。展会三天时间里，各项活动积蓄的能量集中爆发！

从跨境电商专场、海外采购商专场、特邀品牌专场到设计师&女装品牌专场……2025 PH Value 秋冬针织展精心组织了4场商贸对接专场活动，只为进一步加强展会商贸成效。展会首日，跨境电商专场、海外采购商专场两场商贸对接会成功开展。

“智”启未来，心“织”所向！2025 PH Value 秋冬针织展上，让我们发掘创意“黑科技”产品，聆听行业前瞻洞见，携手心仪实力商家，共谱美好纺织未来。TA



开幕式现场。

经纬织就美好生活 智造赋能产业未来

第 33 届海宁家博会彰显时代担当

■ 本刊记者 _ 王利 董笑妍

在全球家纺行业面临深度转型与消费升级的背景下，第 33 届海宁家博会以“智造·让家更美好”为主题，聚焦科技、绿色与文化融合，推动着产业从传统制造向创新智造的跨越。本届家博会不仅呈现了智能家居、非遗创意等前沿趋势，更通过多元展区与高端论坛，构建起全球家纺产业协同创新与共赢发展的平台。

当前，全球家纺行业正面临消费升级与产业变革的深刻转型，智能家居深度融合、场景化需求爆发、跨境电商持续渗透、文化自信驱动国潮崛起。海宁许村作为享誉全球的家纺产业集群，正以“科技、时尚、绿色、健康”为新坐标，推动海宁家纺向着发展新质生产力的目标迈出坚定步伐，在经纬交织间，赋能美好生活。

8 月 17—19 日，为期三天的 2025 海宁中国·国际家用纺织品（秋季）博览会在许村·海宁中国家纺城举行。本届家博会以“智造·让家更美好”为主题，超 25 万平方米的展览面积，吸引 2500 余家源头企业、品牌商参展，为观众带来了一场链动全球的家纺盛会。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，副会长杨兆华、阎岩，专家咨询委员会委员曹学军，新闻办主任、《纺织服装周刊》杂志社社长徐峰，中国纺织经济研究中心主任华珊，中国家纺协会会长朱晓红，中纺企协副会长、中国纺联产业集群工作委员会副主任兼秘书长张海燕，中国家纺协会副会长王易、吴永茜，中国针织工业协会副会长张希成，中国服装协会副会长李昕，中国纺织建设规划研究会会长冯德虎；中共海宁市委书记徐明良，海宁市政协主席周红霞，海宁市人大常委会副主席曹毅，许村镇党委书记许新峰，海宁中国皮革城股份有限公司董事长黄征，海宁市家用纺织品协会会长曹咬强，海宁中国家纺城股份有限公司董事长殷晓红等出席开幕典礼。

● 行业洞见：聚力前行，共启新篇

从“一根丝”到“一块布”再到“一个家”，海宁家纺历经 40 余年的发展，实现了从传统制造向时尚智造转型的跨越。当消费升级叠加转型升级，当数字经济融入智能制造，当非遗技艺遇见现代时尚，海宁家纺行业如何突破传统边界，用一块布讲述东方美学故事，提升在全球家纺领域的话语权？

“家纺、皮革、经编，共同组成了海宁三大传统支柱产业，丰实了海宁老百姓的钱袋子，更是海宁高质量发展的一张金名片。”徐明良表示，面对严峻的国内外形势，海宁家博会以“智造·让家更美好”为主题，直指破局的两条路径：以科技创新筑牢发展根基，以产业创新拓宽发展蓝海。这意味着要“跳出产业看产业”，将家纺产品与家居生活场景深度融合，构建“产品+服务”的产业新生态。

浙江省经信厅消费品与历史经典产业处处长陆夏峰表示，当前，全球纺织业处于深度调整变革期，但海宁乃至浙江纺织行业稳中求进，今年 1—6 月，全省规上纺织服装产业工业增加值同比增长 3.9%，高于全国平均值；实现出口额 465.2 亿美元，占全国的 32.3%，实现同比增长 6.3%。多年来，海宁积极推动家纺产业高质量发展，探索数字化、绿色转型、文化创新。未来，浙江省将以海宁家博会为契机，强品牌、促联动、优服务，推动海宁家纺产业高质量发展。

“今年以来，在国家‘两重两新’政策的支持下，纺织行业加快了高端化、智能化、绿色化的技术改造升级步伐。今年上半年，我国纺织业、服装业固定资产投资完成额同比增长，出口与内销均实现了温和增长，行业发展进入了快慢共进的新常态。”杨兆华表示，海宁家纺宛如一颗璀璨的明珠，既有历经千年岁月沉淀的技艺传递，也有人工智能、绿色科技等前沿力量的相伴赋能，为产业注入新的活力，是中国纺织产业致力于创新发展的生动缩影。海宁家博会自 2001 年成功举办首届以来，至今已走过 25 个年头，不仅有力推动了海宁家纺产业的快速发展，更使自身成为我国纺织行业极具影响力和活力的专业性展会。展望未来，希望以此次博览会为契机，共同谱写中国家纺产业高质量发展的崭新篇章。

● 现场直击：精品荟萃，人气爆棚

展会首日刚开馆，展馆外就排起了长长的队伍，来自浙江、江苏、山东、河南、广东、湖北等全国各地的采购商，以及来自韩国、俄罗斯、巴基斯坦、乌兹别克斯坦、印度、瑞典、埃及、巴西等国家和地区的国际采购商纷至沓来，共同见证这场国际家纺盛会，共谋全球家纺合作新机遇。

以海宁中国家纺城市场为依托，本届展会共设 4 个场馆，分别为 1 号馆（被面装饰布市场）、2 号馆（杭海面辅料中心）、3 号馆（国贸中心）、4 号馆（库存布交易中心），其中 3 号馆为本届海宁家博会主场馆。

根据展览内容、规模和特点，展会规划设置了家纺布艺展区、智能遮阳及窗饰辅料展区，以及“许村优品”家纺外贸展、“许村甄选”2025 优质好面料·家纺装饰面料展、“时尚海宁 锦绣许村”品牌服装展、“非遗东方 锦韵潮城”纺织非遗创意时尚展、“经纬智汇：传统与创意的时尚对话”展等系列特色主题展区，并与同期举办的 2025 年浙江历史经典产业创新创意作品展组成联展，旨在持续提升海宁许村产地型展会的“国际范、许村味”。

展馆内人潮如织，随处可见行色匆匆找样的身影；各大展位人声鼎沸，随处可闻热烈洽谈的声音。在家纺布艺展区，2000 余家源头展商，各自展出了窗帘、沙发、墙布、床上用品、家居软装等全品类产品；“许村优品”家纺外贸展，以品牌出海与精准链接为切入点，聚集高品质家纺外贸货源，成为各国外商集聚的打卡地……各大展区交相辉映，一展海宁家纺创新实力。

展会同期举办的 2025 中国纺织服装品牌大会、“织彩未来·设计潮向”设计师走进海宁中国家纺城活动、直播电商主题沙龙、第二届“许村优品”家纺外贸对接会等近十场多元化活动，成为展商和采购商学习充电、把握趋势的好去处，成为引领行业高质量发展的“风向标”。

● 展商风采：创新驱动，机遇共享

从“功能满足”到“品质升级”，健康化、智能化、绿色化正成为家纺行业核心发展方向。从本届展会可以看到，许多展商正以用户需求为导向，以科技创新为驱动，推动行业向“功能+情感+科技”复合型模式演进，在产业变革中抢占发展制高点。

南京佰艺智能遮阳向买家们展示的是各色手动与智能遥控内开窗遮阳蜂巢帘。据公司总经理徐峙平介绍，这种蜂巢帘因特殊结构，具有出色的隔热性能，有通电款与锂电池款，能使其适用于窗户与天棚，一键遥控控制，轻松灵活调节光线和通风，升级无纺布材质不仅性价比高，防水防晒特性还能不惧浴室潮湿环境与暴晒，抗老化长达 20 年。

第四次参展的光影智能窗饰总经理余业民透露：“从公司今年现有业绩数据来看，相比去年有 30% 的上涨，说明大家对智能产品需求越来越高。我们在轨道结构上实现多样化，而且面料选择也更丰富，且均为现货，可以做到 2 天出货。”

徜徉 2025 海宁秋季家博会展馆各个独立展厅，我们能够感受到文化流淌的芬芳。海宁许村家纺企业走出的传统与时尚、文化与纺织融合发展的转型之路，从来不是一条狭隘的独木桥，而是条条大路通罗马的创新探索。

位于三号馆（国贸中心）2 楼的大唐梦成立于 2015 年，一直专注国潮风格产品的研发生产。2025 年 3 月正式入驻海宁中国家纺城后，在海宁春季家博会上凭借国潮风刺绣产品赢得不少新老客户的青睐。“这几年国风国潮类产品市场需求量年增长率高达 20%—30%，客户群体也从原来的中年群体扩展至 30 岁左右的年轻人。为此，我们也开发了一系列年轻个性化产品，如如意枕、靠山枕等；今年全新推出的一款包装袋单场直播销量也达 500+，这次现场观众反馈也非常好。”大唐梦业务员盛丽琴表示。

“作为一个有着二十多年历史、合作客户遍布全国以及多个海外市场的企业，我们每一款产品都会经过五次设计，从纱线、纹样，到内外帘搭配、帘头设计，再到整体款式设计……致力于用差异化产品和与之呼应的名字，为空间设计师提供更多灵感，同时面料风格灵活，设计师完全能够自由发挥，来适配不同家居空间。”达洋国礼窗帘负责人吴先生介绍说。



海量采购商在海宁家博会上寻得心仪产品。

● 买家见证：博览多元产业，窥见未来市场

本届盛会迎接了来自全国各个省份的国内买家与数十个国家和地区的海外买家。人潮汹涌、摩肩接踵的盛况里，见证了海宁家纺产业的多元构成，也在聆听买家真实声音的过程中，窥见了一个个未来潜在市场。

来自上海、主做窗帘业务的买家孙小姐，是海宁家博会的“老朋友”了，这次过来，不仅希望找到之前没有合作过的实力窗帘布供应商，也想再挖掘出一些设计个性、特别的窗饰、窗帘花边等产品。“我们的客户都想要吸引眼球的好东西，也希望我们能够提供整体的配套服务。这就需要我们在前期多做一些工作。海宁家博会是非常好的平台和契机，能够让我们一次性看到更多款式、风格的产品。”在展会第一天，她就成功找到了心仪的窗帘花边供应商，并现场下好了订单。

来自杭州的乐女士，主要关注的则是永久性阻燃的装饰布、遮光布。据她介绍，她们公司主要对接酒店、医院、宾馆等项目工程，对产品的需求除了阻燃效果与持续时间外，还有环保要求：“传统后处理阻燃会因热、氧、水汽等发生阻燃效果打折或消失的问题，所以我们希望找到环保且永久阻燃的产品。展会上不同定位的参展商特别多，我们很快就找到了适合的产品和供应商。后面还会再多看看，进行比对后再做决定。”

另外，福建的窗帘商家柯先生则在一家地毯参展商处直接预存了费用，并约定好了邮寄小样。在接受采访时，柯先生表示：“这家仿兔毛的飘窗垫和防水防污纳米纤维的地毯质感很不错，再加上他们提供 3 年免费洗地毯的服务很打动我，相信也能打动我们的客户。”

从产品到服务，2025 海宁秋季家博会带来了真真切切的采购对接，带走的则是好产品、好服务与新的生意增长点。这不仅是一场行业的盛会，更是一次创新与合作的深度融合，为全球家纺产业注入了源源不断的活力与信心。未来，海宁家博会将继续以科技为引擎、以文化为底色，携手各方伙伴共创智能、绿色、美好的家居新生态。

以创新焕活千年织锦，共探非遗融合新实践

第六届“织锦技艺传承与创新发展”主题沙龙举办

8月18日，在2025海宁秋季家博会召开之际，第六届“织锦技艺传承与创新发展”主题沙龙在纺织文化底蕴深厚的海宁许村同期举办。该活动聚焦织锦这一中华纺织非物质文化遗产的传承与创新，汇聚了来自全国各地的非遗传承人、设计师、企业代表进行主题分享。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏在致辞中指出，织锦技艺作为纺织非遗的关键部分，历史悠久、工艺精湛。许村以织锦为内在基因，从家庭作坊起步，逐步发展成高端面料基地与时尚中心，实现传统技艺与现代产业深度融合，让织锦与市场、生活、时尚互动，成为具有市场生命力与文化感染力的时尚载体。他建议，未来需凝聚多方力量，推动织锦技艺与产业、文旅、时尚潮流结合，实现应用场景创新，促进系统保护与创新发展。

海宁市委常委、宣传部部长杨明松表示，在纺织技艺传承创新的征程中，海宁始终坚守匠心，以传承为基，创新为翼。一方面，将织锦工艺精髓融入家纺面料与国风服饰设计研发；另一方面，不断探索织锦非遗元素的应用场景，让古老的织锦技艺成为产业焕新升级的核心动力。他强调，未来海宁将继续秉持初心，在文化传承与产业发展的道路上稳步前行，为纺织行业的繁荣贡献力量。

纺织行业非遗推广大使、浙江理工大学二级教授、博士生导师祝成炎随后介绍了纺织非遗在保护传承、创新发展两个层面的发展成果。结合纺织行业当前形势，他建议中游纺织业应借非遗赋能，向下游服饰、家纺等高价值链领域延伸，推动纺织非遗融入大纺织生态。

会上，多位嘉宾进行了分享。贵州榕江侗布艺术研究院赖蕾通过收集各地、各村寨织物标本、建立数据库等多路径，不断思考传统手工艺的传



沙龙展开了对织锦技艺传承应用的深入探讨。

承与创新发展的平衡。她以侗布为例，谈到创新发展应以设计为核心，向内守护传承，向外探索机遇。

西盟印象民族文化有限公司李宪兰谈到，纺织非遗面临技艺传承断层、产品适应性不足等困境。她分享了通过对传统几何纹样的创新、产品品类拓展的实践、技艺赋能乡村振兴等多方面举措实现创新发展的经验，并提到未来将围绕“深化非遗+文旅”、拓展跨界合作、推进技艺传承等方向制定计划。

织锦技艺，凝结着千年劳动人民的智慧与美学意趣。传承是守住技艺的根脉，创新则是为其注入时代活力，今日围绕“织锦技艺传承与创新发展”的探讨，恰是对这份珍贵遗产的深度回望与思考。唯有让传承与创新相融，方能让织锦这一纺织非遗，既留存了岁月的温度，又拥有了适配当下的鲜活生命力。

家纺直播电商主题沙龙：玩出新花样，揭秘数智时代破局之道



沙龙活动现场。

数字化浪潮奔涌向前，创新与融合方兴未艾。8月17日，在2025海宁秋季家博会开幕当日，“破局 融合 数智赢未来”家纺直播电商主题沙龙在海宁时尚发布中心举行。来自家纺行业领军品牌的代表齐聚一堂，共同探索家纺产业在直播电商领域的发展路径。

“随着互联网技术的飞速发展，直播电商在促进消费、增加就业等方面发挥了重要的作用，已成为推动经济社会发展不可或缺的力量。”海宁市人民政府副市长章如强表示，近年来，海宁围绕特色产业发展，坚持创新驱动，持续探索实践“产业+数字”的发展模式，有效推动了家纺、服装等产业商家实现销量与品牌价值的双提升。今年上半年，海宁网络零售同比增长32%，增速位居嘉兴第一。

中国纺织工业企业管理协会副会长、中国纺织工业联合会产业集群工

作委员会副主任兼秘书长张海燕指出，当前，以直播电商为代表的新兴业态，正以深度融合态势赋能实体经济。海宁家纺企业多年来探索电商直播新渠道，已经培育了一批专业能力强、影响力大的家装、软装类产品主播，成为了大众消费领域家装时尚审美的意见领袖。企业也从直播电商渠道获得了流量价值变现、品牌变现，市场影响力、品牌美誉度不断扩大。协会也将积极调动优势和资源，更好服务企业数字化销售平台的发展。

在主题分享环节，高德地图高级渠道经理张杰围绕“如何借助高德地图破局融合，让厂店更容易被搜索到？”展开分享，详细讲解了高德营销精准引流与品牌曝光的新策略。高德效果广告包含CGC和CGA两种产品，CGC适用于本地生活商户，可通过LBS定位和阿里大数据推荐精准客户；CGA适合家装等需要用户留下联系信息的转化类行业。此外，高德还提供品牌广告，包括语音播报和云展广告等。

沙龙现场，除了行业前沿观点的碰撞与发展路径的探索，一场备受瞩目的活动同样传递出强劲的行业信心。活动特别为2025年度软装窗帘行业直播优秀门店、2025年度软装窗帘行业互联网十大高速成长品牌、2025年度家纺直播孵化优秀赋能机构颁奖，并邀请代表分享经验与见解，共同推动海宁乃至全国家纺行业在数智化浪潮中加速融合、提质增效。

布奇简易生活威海店、新居乐密山店、布蝶轩合川店等31家门店荣获2025年度软装窗帘行业“直播优秀门店”；罗绮、罗兰饰家等10个品牌荣获2025年度软装窗帘行业“互联网十大高速成长品牌”；海宁中国家纺城直播基地荣获“2025年度家纺直播孵化优秀赋能机构”。

许村甄选：特色面料+产业实力，打造区域品牌金名片

2025海宁中国·国际家用纺织品（秋季）博览会现场，“许村甄选”2025优质好面料·家纺装饰面料展作为重要展示区域，在1500平方米的展区内，集中展示了宏达高科、尚诺纺织、趣凡纺织、经之纬纺织等10余家许村本土优质面料企业的高品质产品，进一步夯实了“好面料，许村造”的市场认知，让区域品牌IP更具穿透力。

展区内，许村企业的创新图谱清晰可见。从重构面料性能到贴合多元家居场景，突破传统的巧思渗透在每一个细节里。

海宁市趣凡纺织有限公司在此次展会上携沙发布、家具面料、软装面料等众多精品亮相。在材质选择上，公司秉持环保理念，大量运用天然纤维、粘胶等环保材料，并采用环保染色工艺，为绿色生活助力。

宏达高科控股股份有限公司确立了以“科技为先导”的发展战略，坚持自主开发创新和产学研相结合的科技创新模式。“我们的解决方案都是从原纱端发力，同步提升产品的功能性与环保性。”公司营销中心副经理魏波介绍道。

从经典到潮流、从东方到西方，企业展品精准匹配不同国家采购商的需求，生动演绎着许村家纺对全球审美的深度适配。

海宁中纺面料科技有限公司在此次展会中带来墙布、屏风等特色面料。其以云锦工艺为基底，创新结合现代技术与传统技法，围绕中国传统纹样展开创作，将传统纹样的文化厚重感与现代时尚元素拆解融合，打造国潮面料服装的创意新形态。

浙江欧丝迪纺织有限公司此次携家纺、床品系列参展，年均新品开发量达2000款。“我们会根据不同地区的需求差异做针对性开发，像欧洲地



许村精品面料让专业观众们连连点赞。

区偏好植物花型，美国地区则更青睐米色、灰色、咖色这类色调。”公司业务经理周忠强介绍道。

展会现场，各品类企业扎堆亮相、交流频繁——这不仅是产品的集中展示，更是产业集聚效应的生动缩影。

“通过这个展区，我们成功对接了更多潜在客户。”趣凡纺织创意总监陈琳波说道，“区域品牌的打造与推广，不仅能为企业带来更广泛的客户群体，其核心方向还与我们的品牌发展理念相契合，为我们推进品牌化发展提供了有力指引。”

从一台织机到千亿产业，从传统制造到科创、时尚、品牌化三维驱动，“许村甄选”2025优质好面料·家纺装饰面料展既是许村家纺产业实力的集中缩影，更是其数十年深耕产业、持续升级的必然结果。未来，随着区域品牌影响力的进一步扩大，“好面料，许村造”的金名片，必将在全球家纺市场上愈发闪亮。

“时尚海宁 锦绣许村”品牌服装展演绎潮流新势力



展区现场。

承家纺厚蕴，启时尚新机。2025海宁中国·国际家用纺织品（秋季）博览会期间，“时尚海宁 锦绣许村”品牌服装展同步举办，成为本届展会一大亮点。该展汇聚10家海宁优质品牌服装企业，精准聚焦“家纺+服饰”产业融合优势，既为许村服装品牌搭建集中展示平台，更给当地纺织产业转型注入了新动能。

许村纺织的底蕴，深植于千年运河文化，本届展会中，多家企业将文化自信融入设计，让布料成为文化叙事的载体，推动传统技艺与现代服装的创新表达。

海宁邑锦歌服饰有限公司旗下“时尚伊然”女装用高档真丝面料打造轻奢风格；新品牌“雅色”更以非遗香云纱为原料，融合古典与现代，展现中国女性典雅之美。

海宁中纺面料科技有限公司旗下“中纺·臻锦”丝绸品牌，则以高新技

术改造传统产业，传承创新织锦非遗技艺，夯实中国织锦产业化与品牌化根基。

“一直”品牌以真皮结合非遗工艺为特色，秉持传承民族文化使命，通过服装美学、空间美学，实现“用平常的方式，延续中国的美”。

展会现场，三家企业将传统纹样融入作品，打造服饰专属场景，有序陈列间，传统技艺的现代时尚感扑面而来。

除了中式美学，展会现场汇聚多家时尚女装品牌，各具特色，全面呈现许村服装产业的多元生态与创新实力，形成了极具吸引力的时尚矩阵。

郁金香(TULIP TASTE)专注知性女装领域，以“知性美学”为设计理念，为消费者提供“有质感的时尚表达”；浙江尚谷传棋服饰设计有限公司深耕原创设计，旗下“尚谷传棋”“墨洩古道”等品牌，风格涵盖简约、潮流多种品位；安正时尚集团旗下“JUZUI 玖姿”“IMM 尹默”等五大品牌，及合资韩国童装品牌，建立了风格鲜明互补、市场定位差异有序的男女童时装品牌集合。

在这场展会上，海宁本土服装品牌以实际行动诠释“海宁时尚”的使命担当，既深耕品牌特色，又助力区域时尚产业向外辐射。

“我们展出的不仅是30年积淀的中国品牌，更承载着海宁本土品牌的自豪。”敦奴品牌总监魏文波表示。

“我们通过展示优质面料与高品质成衣，寻求与国内外优质商家深度合作，助力海宁时尚走向更广阔的市场。”朗安时装展位负责人郑重说。

本届“时尚海宁 锦绣许村”品牌服装展既是一次海宁服装品牌的集体亮相，更是推动当地纺织产业高质量升级的关键纽带，为许村纺织产业的后续升级夯实了基础，也为区域产业转型提供了可借鉴的“许村方案”。**1A**



柯桥纺企以创新研发主动拥抱“减重经济”。

体重管理带火“减重经济”，柯桥纺织如何分一杯羹？

■ 本刊记者 _ 王耀祖

“‘国家喊你减肥’这件事，该怎么做？”自2024年启动的“体重管理年”三年行动加速推进，在各个行业激起层层涟漪，“减重经济”呈现出蓬勃发展的态势。2025年，在国家政策引导与民众健康意识觉醒的双重驱动下，“减重经济”在服装、健身、医疗、食品、智能科技等领域更是全面爆发，成为拉动内需、推动消费升级的新引擎。

柯桥，作为全球最大的纺织品集散中心，凭借其“小批量、快反应、定制化”的独特供应链优势，纺织企业得以高效完成从消费者需求到市场出货的全过程，迅速响应市场变化。这不仅体现在其高效的市场反应速度上，更直接促成了一系列创新功能面料的推出。这些面料通过材质与功能的同步创新，致力于为用户提供更加舒适、健康的穿着体验，精准契合了当前的市场趋势。

近日,《纺织服装周刊》记者走进中国轻纺城,聚焦“体重管理催生减重经济”的市场新风口,对柯桥纺织企业如何抢抓这一消费趋势进行了深度探访。在走访中,记者发现,众多柯桥纺织企业已经将“减重经济”作为重要的发展方向,纷纷推出了一系列符合市场需求的创新产品。这些企业不仅注重产品的时尚性和美观性,更加注重产品的功能性和健康性,以满足消费者对体重管理的多元化需求。

轻量化破局,以“零压”掘金户外+减重

近几年,在体重管理理念的持续推动下,消费者对“轻”的追求已“由内而外”延伸,从饮食方式悄然扩展至穿着体验。他们不再满足于饮食“减负”,更渴望在运动与日常穿着中也能感受到“身轻如燕”的自由与舒适。这股对轻盈体感的强烈需求,直接驱动了面料革新浪潮,将轻量化功能性面料推向了创新与应用的风口。

位于东升路市场户外功能面料专营区的耐斯纺织,是一家专注于经营防晒服、冲锋衣等户外面料的企业。其产品线丰富,涵盖TR色纺、TR羊毛交织等多个系列,并远销欧美市场,耐斯纺织敏锐捕捉到“减重经济”下市场的新动向。

“前几年,在‘户外+’热潮下,我们的经营重心是冲锋衣面料。”耐斯纺织总经理段松岩表示,“但随着‘体重管理’理念兴起,我们洞察到消费者对极致轻盈穿着体验的渴求。这促使我们将研发目标转向防晒服面料,致力于在保证核心防晒效果的同时,将面料做得又轻又薄,打造真正的‘零压’体验。”

为此,耐斯纺织成功研发了一系列轻量防晒面料,以全方位“零压”体验为核心设计理念。在材质与结构设计方面,该面料选用锦纶纤维,并通过独特工艺形成网状微细结

构,能够迅速散热、加速排汗,赋予面料自带凉感的特性,有效保持身体干爽舒适。这种创新不仅减轻了服饰的重量,还提升了穿着的舒适度和运动表现,完美契合现代人追求健康、轻便的生活方式,从而实现轻触肌肤的物理“零压”效果。

除此之外,在视觉感受层面,耐斯纺织同样贯彻“零压”理念,精心挑选了天蓝、浅灰、米白等清新淡雅的低饱和度色彩。这些色彩不仅在视觉上营造出轻松愉悦感,更能有效反射阳光、减少热量吸收,并与自然环境和谐相融,从感官上进一步提升穿着者在户外的自在与舒适度,共同塑造出由内而外的“零压”穿着体验。

功能性突围,“科技+健康”抢占市场高地

体重管理带火了“减重经济”,健康消费持续升温,引领着市场新风尚,以瑜伽服为代表的专业运动服饰线上线下销售尤为火爆。面对这一需求,瑜伽面料企业积极布局,从材质、功能等方面展开,构建差异化竞争力。

“作为一家主营高针高密室内运动系列面料的企业,瑜伽面料一直都是我们的核心主打产品。基于市场对高品质瑜伽服饰的需求,公司将研发重点聚焦于其品质与核心性能,通过持续的研发创新,为消费者提供具有更优越穿着体验的瑜伽服饰选择。”千栩纺织总经理葛五华说道。

“减重经济的本质是健康经济、品质经济。”葛五华介绍道,千栩纺织为精准响应多元化的市场需求,持续推出多种需求解决方案:一方面,通过精控35%氨纶含量,成功研发出兼具天然棉质触感、优异拉伸回弹性及持久抗菌功能的高舒适仿棉感面料;另一方面,针对消费者对氨纶面料包裹性及长期使用松弛度的顾虑,创新推出革命性无氨纶面料,凭借独特的结构设计实现了支撑度与活动自由度的理想平衡,有效避免松弛变形。

市场热度是风向标,更是试金石。据了解,千栩纺织研发的

新型瑜伽面料,凭借卓越的“高弹无束缚、持久保形、亲肤环保”三大核心特性,已成功获得多家运动品牌的青睐与批量订单。这些融合前沿科技与健康理念的面料,不仅满足了专业瑜伽运动对极致舒适与性能的需求,其出众的质感和可持续属性,更是在注重品质与环保的日韩、欧洲等高端市场持续升温,订单量稳步攀升,成为品牌商打造差异化竞争力的重要选择。

谈及下一步,葛五华表示,千栩纺织将持续深耕高针高密室内运动系列面料,致力于将更多的功能性元素与健康理念融入面料设计之中,力争在功能性面料市场上抢占更多的份额,持续引领行业潮流。

精准卡位,深耕“休闲体育”蓝海

“苏超”“村BA”“浙BA”等一系列全民体育活动的爆火,不仅点燃了大众的参与热情,更在无形中为体育产业注入了强劲的动力。特别是自2024年国家启动全民减重行动以来,体育赛事作为一剂关键的“运动处方”,在拉动内需的同时,带动着地方经济蓬勃发展,更撬动着与体育相关的产业经济向高质量发展。其中,作为运动服饰根本的功能性面料,迎来了空前的创新机遇。

走进东升路市场的东易纺织,记者第一眼便不由自主地被门店门口精心陈列的篮球服和足球服所吸引。各种颜色的网眼布、弹力布等专业面料被井然有序地摆放在展架上。“我们公司所生产的面料,主要应用于篮球服、足球服以及其他各类球类运动服饰的制造。”东易纺织销售经理陈生说道。

“球类运动的特性对服装提出了严苛要求,”陈生进一步解释道,“高强度对抗、大动作幅度是球类运动普遍特点。这首先决定了面料必须具备卓越的物理耐用性,强韧的抗撕裂能力以抵御激烈拉扯,以及优异的色牢度确保在频繁摩擦和洗涤后色彩持久如新。”

面料的“向下兼容”并非标准的降低,而是市场需求的精准分层与拓展。据了解,东易纺织现阶段的核心面料产品正是瞄准了广阔的“休闲体育”市场。这类产品虽未追求顶尖赛事的极致性能,但精准满足了普通运动爱好者及日常穿着者对舒适性、基础耐用性、易打理性以及时尚外观的核心诉求。它们提供恰到好处的功能性支撑,确保用户在非高强度对抗的日常运动场景中活动自如,同时兼顾日常穿着的舒适与美观。这一定位,成功覆盖了基数庞大的泛运动人群,为品牌建立了坚实的市场基本盘。

柯桥纺织企业主动拥抱“减重经济”浪潮,以消费升级为契机,开辟传统制造业转型新路径。依托柯桥完善的上下游产业链优势,纺织企业得以高效实现“小单快反”与定制化生产,在激烈的市场竞争中锻造出新优势,为这股健康新风尚提供了坚实的产业支撑。





以创新为针，织就防晒面料新图景

专访绍兴柯桥詹皇纺织有限公司负责人叶瑞华

■ 本刊记者_边吉洁 文 / 摄



叶瑞华

当纺织业迈向创新驱动的新赛道，总有企业以技术为梭、以匠心为线，在面料领域织就独特竞争力。绍兴柯桥詹皇纺织有限公司便是其中的典型。从里布生产切入，逐步拓展至羽绒服面料，最终聚焦防晒面料细分赛道站稳脚跟，这家企业始终将创新视作发展针脚，正以前沿研发实力，勾勒防晒面料的全新图景。

面对消费升级与市场竞争加剧，詹皇纺织以产品创新为核心、全渠道建设为抓手、国内外市场双拓展为方向，走出差异化发展之路。近日，记者对话詹皇纺织负责人叶瑞华，解码了其技术破局与市场拓局的发展逻辑。

锚定技术创新，覆盖全场景需求

“专精一个领域，以需求为导向，以创新铸核心竞争力。”谈及产品研发，叶瑞华的表述笃定而清晰。对詹皇纺织而言，防晒面料是核心赛道，而研发则是企业的“生命线”。在人力与资金的持续加码下，公司尤其在原纱改良、助剂应用两大关键环节发力，力争成为防晒面料领域的领跑者。

传统防晒面料长期依赖涂层技术，“不透气、易闷汗”的问题始终是行业难解的痛点。随着消费需求升级，客户对面料的诉求已从单一的“高防晒”，升级为“高防晒指数+透气、防蚊、凉感等多功能+时尚外观”的综合需求。为精准响应市场变化，詹皇纺织主动联合专业实验室与上游工厂，通过深度协同攻关，成功突破原纱防晒技术瓶颈，从源头解决了传统面料的体验短板。

如今，其研发的防晒面料不仅实现紫外线防护系数 (UPF) 50+ 的行业高标准，部分品类更达 UPF 80+；更关键的是，经 30 次洗涤后防晒效果仍稳定，彻底解决了消费者长期使用防晒失效的担忧。

同时，詹皇纺织搭建防晒面料全品类矩阵，适配多元客户需求。“不做单一产品，要让不同需求的客户都能找到适配面料。”叶瑞华表示，目前詹皇纺织开发的二三十组系列产品中，既有契合年轻群体审美的时尚款，也有满足户外爱好者需求的功能款，基本涵盖防晒面料全品类。这种多样化、系列化布局，为公司在下游服装企业中积累了稳定客户群体。

发力市场拓展，双线布局谋增长

在激烈的纺织市场竞争中，詹皇纺织以线上精准破圈、线下口碑扎根为核心策略，同步推进国内深耕与国际出海，构建全球

市场拓展格局，持续强化品牌形象。

在线上布局中，詹皇纺织摒弃“拼流量、追粉丝”的粗放模式，将核心发力点锁定在直播电商精准获客，以小红书、抖音等主流平台为主阵地推进线上推广。目前公司已组建 4 个专业直播间，实现多账号、多时段常态化运营，始终以转化实效为导向。“我们直播间的总粉丝量目前虽不算庞大，但在短短几个月内已实现有效转化，客户精准度非常高。”叶瑞华表示，这种“慢积累”模式正持续为企业沉淀高质量的客户资产，赋予品牌更长久的增长动力。

线下布局上，詹皇纺织则采取“双动作”，一方面在柯桥轻纺城设立门市部，集中展示面料样品，方便客户直观触摸质感，快速完成看样、采购闭环；另一方面主动“走出去”，通过参与纺织专业展会、对接会，近距离对接行业真实需求，强化品牌在产业链中的曝光度与认知度。

“当前，公司客户资源主要集中在长三角地区。为进一步扩大市场份额，我们已明确将北方市场拓展纳入重点规划。从市场现状来看，北方地区在功能性面料领域仍存在较大供给空白，发展潜力十分可观。”叶瑞华介绍，下一步企业将组建专项团队，深入走访北方下游服装产业集群，精准调研当地品牌与工厂的实际需求，以创新产品抢占市场先机。

此外，詹皇纺织计划拓展海外市场，首个关键动作便是参与今年 9 月的 Intertextile 秋冬面辅料展。作为海内外最大的专业性展会，该展会汇聚的全球优质采购商资源将成为詹皇纺织链接国际市场的核心桥梁。“这是我们布局海外的重要尝试，我们组建了专业团队聚焦海外市场对接，并重点面向越南等‘一带一路’沿线国家。”叶瑞华补充道。

从打磨产品创新到发力市场拓展，詹皇纺织步步为营，在防晒服及功能性面料领域不断突破边界。正如叶瑞华所言：“纺织行业没有捷径，只有持续打磨产品、做好服务，才能在竞争中立足。”未来，随着国内外市场布局的深化，这家扎根柯桥的纺织企业，或将在更多面料领域赛道上，绽放更多精彩。



Focus / 聚焦

“柯新亚”专线首发，打通国际物流新动脉

■ 本刊记者_唐小狄 / 文 王耀祖 / 摄

近年来，随着“一带一路”倡议的深入实施，中国与中亚国家的合作持续深化。柯桥作为全球重要的纺织产业集群，也主动融入国家战略、推动纺织产业互联互通。近日，“柯新亚”跨境专线首发仪式在浙江绍兴钱清货场举行，该专列的开通标志着柯桥在开拓中亚、东欧等新兴市场、构建多元外贸新格局方面迈出了关键一步。

据了解，“柯新亚”专线以柯桥为起点，全程用时为 18—20 天，至哈萨克斯坦首都阿拉木图用时为 13—15 天。专线无需从金华南转国际联运班列，通过新疆伊犁、喀什、阿克苏等地区口岸，覆盖哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、吉尔吉斯斯坦等中亚五国，形成多式联运网络，确保时效稳定。

同时，“柯新亚”专线提供属地报关或口岸一体化报关服务，操作高效省心、可靠稳定，并配备 GPS 追踪系统，实现从集货、报关、跨境运输到末端配送的全流程可视化监控，确保货物随到随走，有效避免因班期限制导致的滞留问题，大幅增强供应链响应速度。该专线的开通架起了柯桥与中亚五国核心城市之间的物流新通道，为区域经济高质量发展注入强劲动力。

“以本次‘柯新亚’专线开通为新的起点，柯桥将持续深耕‘传统+新兴’市场，加快搭建‘平台+通道’体系，不断放大‘产业+市场’优势。”柯桥区委副书记、区长景尧在讲话中指出，柯桥的发展源于纺织，兴于贸易，经过多年发展成长为国内纺织重要窗口与全



“柯新亚”专线首发仪式。

球纺织枢纽市场。“柯新亚”专线的开通，标志着柯桥在持续深耕传统与新兴市场、加快构建“平台+通道”体系、进一步扩大产业与市场协同优势方面迈出新步伐。

当前，纺城柯桥正聚焦现代化“国际纺都”建设，积极拓展对外贸易新通道，通过发展铁公联运、海铁联运和跨境专线等多种运输方式，柯桥持续扩容“多式联运”外贸通道体系，并不断优化舱位与拼箱模式，为企业客户提供空箱堆存、仓储等配套服务，以此全面提升物流效率，构建一条更加经济、便捷、高效的区域外向型“新丝路”。

挖掘新兴市场，拓展全球贸易

“丝路柯桥·布满全球”精准对接会走进越南

■ 本刊记者_王利

为进一步挖掘新兴国际市场潜力，拓展柯桥面料全球贸易新渠道，近日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主办的“丝路柯桥·布满全球”走进越南精准对接会在越南胡志明市西贡中心成功举行。本次活动旨在搭建国际化纺织服装产业交流平台，推动柯桥面料企业与越南服装工厂及品牌方的零距离对接，深化跨国产业链上下游协作，探索供应链共赢的创新模式。

为提升对接会实效，活动筹委会前期通过为期两个月的产品匹配度调研，定向邀约 130 余家越南服装企业参与，涵盖本土工厂、进出口生产商及中高端品牌代表，与柯桥区嘉利隆、叁六、米娜等 20 余家优质面料供应商高效对接。活动现场商贸氛围热烈，柯桥优质面料企业展示的功能性户外面料、时尚女装面料、家居服面料、印花面料等多元化产品，以精湛的工艺、丰富的品类和高端的品质完美满足越南采购需求，通过面对面交流，进一步强化了供应商和采购商之间的链接与了解。

为深化两地合作交流，对接会开始前，主办方特别安排中国轻纺城供应商代表团与越南纺织服装协会 VITAS 就越南纺织行业展贸情况进行交流。柯桥纺织企业带着许多关于越南市场的切实问题与协会进行沟通，VITAS 副秘书长 NGUYEN THI TUYET TAI MAI 亲自解答。据了解，越南纺织业近年来发展迅猛，已成为全球第三大纺织品出口国，今年上半年，越南纺织品服装出口近 220 亿美元，同比增长 10%，产品出口至 132 个国家和地区，对面料有着极大的市场需求。



对接会现场。

活动同期，主办方组织柯桥优质面料企业走访了 Thai Son Garment Co.、Phuong Dong Garment JSC 等越南标杆企业，生产品类涵盖西装、衬衫、家居服、瑜伽服、运动休闲装、内衣裤等，产品远销欧美、日韩等国，与全球诸多高端品牌均有合作。通过深入考察当地服装企业，进一步推动“面料—成衣”双向赋能，促进中越产业从传统贸易向技术合作与标准共建升级。

中国轻纺城建管委相关负责人表示，此次“丝路柯桥·布满全球”2025 走进越南精准对接会以精准商贸对接与产业协同为核心，将有效助力国际纺织服装产业延链、补链、强链，为构建资源集约、融合发展的全球化产业新格局提供高能级平台。未来，柯桥将继续深化与越南及其他国际市场的合作，推动纺织服装产业内外循环联动发展。TA

市场多变，高质量发展是关键

2025 年上半年印染行业经济运行简析

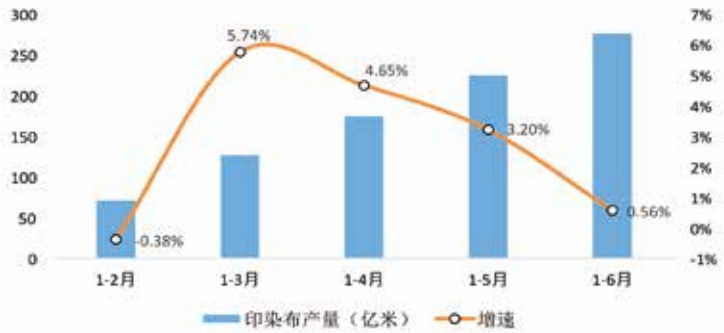
■ 李鹏飞 / 文

2025 年以来，国际环境复杂多变，我国纺织品服装出口受到影响。在政策支持下内需消费市场活力逐步释放，但消费环境和居民消费意愿仍有待进一步改善和提升。面对复杂严峻的局面，我国印染行业顶住压力，上半年生产形势保持总体平稳，印染布产量实现小幅增长，主要产品出口数量延续增长态势，外贸韧性进一步凸显。但也要看到，当前市场竞争进一步加剧，印染面料出口单价明显下滑，行业发展质效显著承压，下半年平稳发展仍面临诸多问题和挑战。

生产形势总体平稳，产量实现小幅增长

根据国家统计局数据，2025 年 1—6 月，印染行业规模以上企业印染布产量同比增长 0.56%，增速较一季度下滑 5.18 个百分点。二季度，在中美关税暂缓期，国外纺织服装企业加快补库节奏，国际市场对我国印染面料需求保持较快增长，但随着传统淡季的到来，印染布产量增速逐步下滑。

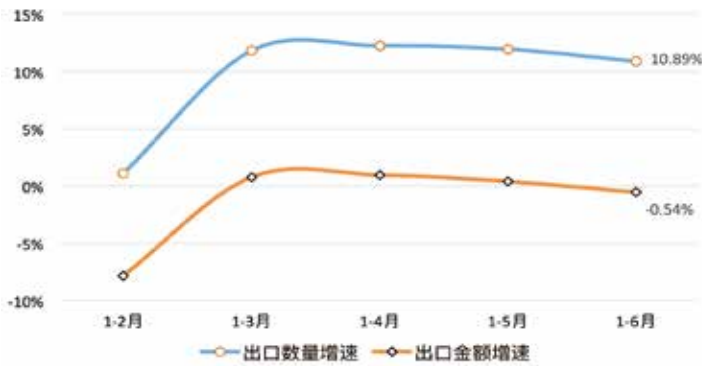
图 1 2025 年上半年我国印染行业规上企业印染布产量及增速



出口韧性继续显现，量升价跌态势明显

根据中国海关数据，2025 年 1—6 月，我国印染八大类产品出口数量达 179.75 亿米，同比增长 10.89%，增速较上年同期提高 8.16 个百分点；出口金额 153.13 亿美元，同比减少 0.54%，增速较上年同期回落 1.27 个百分点；出口平均单价 0.85 美元 / 米，同比下降 10.3%，降幅较上年同期扩大 8.35 个百分点。2025 年以来，印染八大类产品出口数量增速均高于同期出口金额增速，反映产品出口平均单价仍呈现下降态势，上半年印染八大类产品出口平均单价已下滑至 2007 年以来最低水平，关税扰动下市场竞争进一步加剧。

图 2 2025 年上半年我国印染八大类产品出口增速情况



上半年，我国印染八大类产品对东盟出口数量 40.82 亿米，同比增长 2.62%，占出口总量的 22.71%；出口金额 43.84 亿美元，同比下降 8.68%；出口平均单价 1.07 美元 / 米，同比降低 11.01%。今年以来，美国对东盟多国单方面施加关税压力，叠加美国原产地规则贸易壁垒，导致我国印染面料对东盟出口表现弱于整体出口情况，印染八大类产品对东盟出口数量

增速低于整体水平 8.27 个百分点。

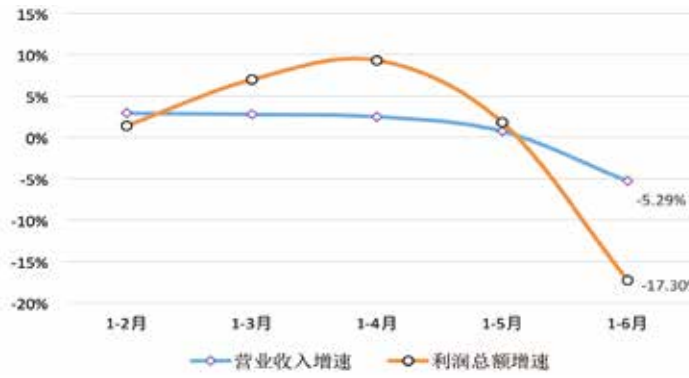
对东盟出口放缓，我国印染行业加快拓展其他出口市场。上半年，我国印染八大类产品对尼日利亚、巴西、印度、巴基斯坦等国家出口数量实现较快增长，其中对尼日利亚和巴基斯坦出口数量同比增幅分别达到 66.57% 和 47.18%，对印度出口数量增速接近 20%。从出口平均单价来看，对前十国家出口单价平均下降 14.65%，其中对尼日利亚、越南和巴西出口单价降幅均高于行业整体水平。

质效修复显著承压，经营效益明显下滑

当前，印染行业主要运行质量指标仍处低位，运行效率整体偏低。根据国家统计局数据，2025 年 1—6 月，规模以上印染企业三费比例 7.3%，同比提高 0.36 个百分点，企业经营成本上升；产成品周转率 12.74 次 / 年，同比降低 7.99%；应收账款周转率 7.49 次 / 年，同比降低 4.79%；总资产周转率 0.91 次 / 年，同比降低 7.01%。

上半年，规模以上印染企业营业收入同比减少 5.29%，增速较一季度放缓 8.05 个百分点；利润总额同比大幅减少 17.30%，增速较一季度放缓 24.28 个百分点；成本费用利润率 3.78%，同比降低 0.57 个百分点；营业收入利润率 3.55%，同比降低 0.51 个百分点。1846 家规模以上印染企业亏损户数为 730 户，亏损面 39.54%，同比扩大 2.91 个百分点；亏损企业亏损总额 19.23 亿元，同比减少 7.39%。二季度，印染行业主要经济效益指标增速均由正转负，尤其是 6 月份，营业收入和利润总额增速加速下滑，印染企业经营压力明显加大。

图 3 2025 年上半年我国印染行业规上企业营业收入和利润总额增速情况



平稳运行面临压力，以高质量发展提升产业韧性

展望下半年，印染行业发展面临的不稳定不确定因素依然较多，国内有效需求总体偏弱，美国的关税政策对我国出口的负面影响在下半年将进一步显现，将成为影响行业平稳发展的重要因素。8 月初，美国对除中国以外的主要贸易国的新一轮关税政策已基本确定，美国针对部分与中国经贸关系密切的国家的转口贸易产品征收高额关税，将成为阻碍我国纺织面料和服装出口的新的关税壁垒，我国印染行业将面临成本上涨、竞争加剧等多方面考验，同时也将进一步加速我国印染产能国际化布局。从国内市场看，下半年国家各项宏观政策加力空间仍然充足，我国纺织品服装消费整体状况有望逐步改善。

在此背景下，印染企业要坚定发展信心，努力防范化解外贸领域的风险挑战，积极拓展多元化国际市场，持续深耕广阔的内需市场，不断推动技术进步和产品升级，加快高端化、智能化、绿色化转型，以高质量发展的确定性应对外部环境急剧变化的不确定性，推动行业经济运行平稳向好。TA

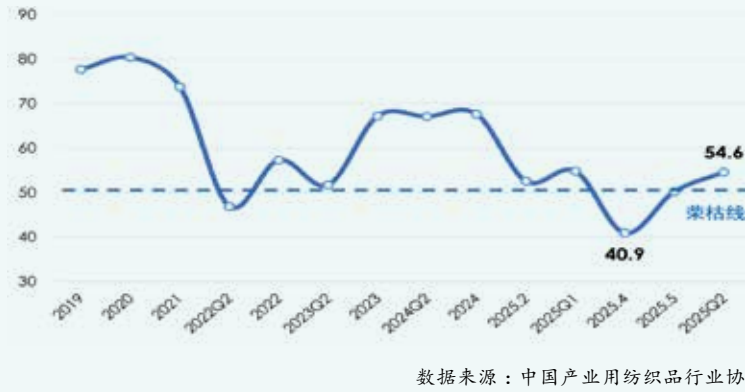
稳中求进，破局前行

2025 年上半年产业用纺织品行业运行简析

■ 中国产业用纺织品行业协会 / 供稿

2025 年上半年，世界经济复苏乏力，国内经济运行总体平稳、稳中向好，我国产业用纺织品行业克服了国内外多重不利因素影响，保持了稳中有进的发展态势。根据中国产业用纺织品行业协会调研，2025 年上半年我国产业用纺织品行业的景气指数为 54.6，处于微景气区间。

图 1 产业用纺织品行业景气度指数



市场需求稳中有升，生产调整加速

根据协会对重点会员企业的调研，2025 年上半年，产业用纺织品行业的国内外订单指数分别达到 56.6 和 51.3，中美贸易谈判的成果稳定了国际市场的预期；行业企业的产能利用率基本保持在 70% 左右，在产能利用率不饱和的情况下，企业也加快了老旧设备的淘汰更新。根据国家统计局数据，2025 年 1—6 月规模以上企业非织造布的产量达到 331 万吨，同比增长 4.5%，其中出口 73 万吨，同比增长 12%；帘子布的产量为 51.1 万吨，同比下降 0.3%。

图 2 2024 年 6 月—2025 年 6 月产业用纺织品行业国内外市场需求情况



经济效益增速收窄，细分领域表现分化

2024 年期间，我国产业用纺织品行业的营业收入基本保持在 6% 左右的增速水平，进入 2025 年后，行业的营业收入增速逐步收窄。根据国家统计局数据，2025 年 1—6 月我国产业用纺织品行业规模以上企业的营业收入同比增长 2.4%。行业的利润总额在经历 2022—2023 年的长时间下降后于 2024 年迎来大幅反弹，全年的利润总额同比增长 10.1%。但自 2025 年一季度后，行业的利润总额再次进入下降通道，上半年行业规模以上企业的利润总额为 52.4 亿元，同比下降 4.7%。行业规模以上企业上半年的利润率为 3.7%，较 2024 年同期下降 0.2 个百分点，仍处于历史低点。

2025 年上半年，我国产业用纺织品行业各细分领域的经济效益呈现不同的变化趋势。新冠疫情后，非织造布产能增长过快，医疗与卫生用纺织品的市场需求下降，行业面临较大的调整压力，2025 年 1—6 月

非织造布行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 3.1% 和 8.4%，但利润率只有 2.8%；纺织带和帘子布行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 6.9% 和 23%，利润率为 3.2%；篷帆布、其他产业用纺织品两个领域规模以上企业的营业收入增速都出现下降，利润总额也分别同比下降 14.9% 和 16.4%，利润率分别降低了 0.6 个百分点和 1 个百分点，导致行业整体利润水平出现下滑；绳、索、缆行业规模以上企业的营业收入同比增长 11.6%，利润总额同比下降 7.9%，利润率为 3.2%，同比下降 0.7 个百分点。产成品价格是影响行业利润的主要因素，但原材料价格的下行也在一定程度上缓解了行业的盈利压力。

出口额稳步增长，对美出口受关税影响

根据中国海关数据，2025 年 1—6 月我国产业用纺织品行业的出口额（海关 8 位 HS 编码统计数据）为 214.7 亿美元，同比增长 2.8%；行业进口额为 26.7 亿美元，同比增长 4.1%。

分产品来看，产业用涂层织物是行业出口金额最大的产品，出口额达到 25.9 亿美元，同比增长 1.8%；毡布 / 帐篷的出口额为 21.8 亿美元，同比下降 5%；非织造布及其制品的海外需求整体保持稳定，非织造布卷材的出口额为 21.1 亿美元，同比增长 5.6%，一次性卫生用品（尿裤、卫生巾等）和湿巾的出口额分别达到 19.1 亿美元和 5.2 亿美元，分别同比增长 14.6% 和 13.5%，擦拭布（不含湿巾）和医用敷料的出口额分别为 8.2 亿美元和 5.2 亿美元，分别同比下降 1.8% 和 1.2%；传统产品中，线绳（缆）带纺织品、产业用玻纤制品、包装用纺织品的出口有不同程度的增长，帆布和革基布的出口额增速小幅下降。美国、越南、日本、韩国和印度是我国产业用纺织品的主要出口国，约占出口总额的三分之一。美国依然是我国产业用纺织品出口最大的单一市场，受关税影响，2025 年 1—6 月我国对美出口产业用纺织品价值 25.86 亿美元，同比下降 5%，对其他主要市场的出口均保持了不同程度的增长。

表 1 2025 年 1—6 月产业用纺织品行业及主要产品出口情况

产品名称	出口额（亿美元）	出口额增速（%）
产业用纺织品（海关 8 位 HS 编码）	214.7	2.8
产业用涂层织物	25.9	1.8
毡布、帐篷	21.8	-5.0
非织造布	21.1	5.6
尿裤卫生巾	19.1	14.6
线绳（缆）带纺织品	16.3	3.2
帆布	14.7	-0.5
合成革、革基布	11.0	-0.2
产业用玻纤制品	11.0	3.4
包装用纺织品	8.3	1.5
擦拭布	8.2	-1.8
医用敷料	5.2	-1.2
湿巾	5.2	13.5

数据来源：中国海关、中国产业用纺织品行业协会

市场需求有望复苏，盈利能力预计改善

2025 年上半年，我国产业用纺织品行业在缓慢复苏中保持了一定的增长，但增长的势头还不稳固，部分领域需求下滑，产能过快增长，行业“内卷”式竞争导致企业利润率下降，行业亏损面扩大。整体来看，国内外市场对产业用纺织品的需求继续保持增长，特别是基建、环保、汽车、防护、医疗健康等市场具有很大的增长空间，企业对行业的发展保持了较大的信心和耐心。展望全年，随着国家一系列“稳就业、稳企业、稳市场、稳预期”政策的实施，产业用纺织品行业的发展环境会进一步好转，市场需求有望持续复苏，行业的生产、销售和出口将会保持稳定，盈利能力预计将得到改善。TA



大会现场。

以科技创新为主线，这场大会“剧透”纺机行业未来

■ 本刊记者_袁春妹 / 文 裴鑫格 / 摄

当下的大环境，一面是极端复杂多变的外部局势，贸易壁垒高筑，市场竞争加剧，需求低迷不振；一面是科技创新以前所未有的速度行进，人工智能多点开花，创新路径多元呈现，应用场景不断延展。身处这样的时代，纺机行业该如何立足当下，寻找未来？

2025 年 8 月 22—23 日，由中国纺织机械协会主办的中国纺织机械行业科技大会在江苏无锡召开，会议锁定“以创新生态赋能行业高质量发展”主题，邀请了十余位行业内外相关领域专家、学者，以及优秀企业代表进行分享交流。

会议内容涉及宏观及产业发展形势、人工智能及前沿技术，行业科技创新现状以及纺织相关工艺环节创新实践和企业智造发展经验等，内容扎实且丰富，以科技创新为主线，为纺机行业企业布局未来提供了更多极具价值的信息参考。

宏观视角，研判市场

身处复杂多变的运行环境，纺织以及纺机行业如何确立发展的方向和思路？如何寻找未来的亮点和机会？如何合理布局国内外两个市场？

中国纺织工业联合会副会长徐迎新在“以科技自立自强引领纺织现代化产业体系建设”的主旨报告中，深入剖析了我国纺织行业的发展态势、



面临的挑战及未来方向。

上半年纺织行业虽受外贸环境复杂、国内需求不振等因素影响，企业经营压力加大，但凭借完整产业体系和国际化优势展现出良好韧性。同时，行业固定资产投资稳中有升，技改升级成重点，但企业收入和利润同比下降，质效修复压力大。

对此，徐迎新指出，行业面临的风险挑战具有长期性和复杂性。全球关税水平上升，贸易摩擦增多，国际供应链布局更分散，可能导致我国纺织业国际市场份额流失。行业需以科技自立自强为核心，从五方面着手推进科技创新工作：完善科技研发体系，聚焦先进材料、高端装备等关键技术；构建协同创新平台体系，发挥不同层级平台作用；优化成果转化体系，促进科技成果流动应用；建设高质量标准体系，推动新兴领域标准建设及国际接轨；强化人才培养体系，培育多层次专业人才。徐迎新强调，纺机行业作为纺织业关键一环，需凝心聚力，以创新助力纺织现代化产业体系建设。

中国纺联专家咨询委员会委员贺燕丽就“我国绿色低碳发展的现状和今后的任务”进行了介绍，内容涵盖“十四五”成就、“十五五”任务及纺织工业相关进展。据介绍，“十四五”期间，我国绿色低碳发展成效显著，能源结构持续优化，绿色技术创新丰硕，绿色市场机制完善。“十五五”将聚焦七大任务：能源领域深化绿色转型，提高非化石能源占比；产业领域推动深度变革，推广低碳技术；城乡建设践行绿色理念，推广绿色建材；交通运输构建低碳体系，扩大清洁能源应用；技术创新强化科技支撑，攻克核心技术；生态保护巩固碳汇，推进生态修复；政策机制完善制度，健全标准体系。

中国纺联专家咨询委员会委员曹学军在出席会议时指出，纺织机械作为纺织行业基础支撑贡献显著，国产纺机占 75% 以上国内市场份额，出口居世界前列，近十年在连续化等技术上不断突破。但与市场需求和国

际一流水平尚有差距，需多点发力：顺应 AI 趋势，提升装备智能化水平；强化绿色理念，增强节能降耗减排能力；加强原创性基础研究，提升专精特新水平；完善智能标准化体系，推动设备互联互通。她强调，纺机装备互联互通系列标准是数字化的基础，需加大推广与完善，助力行业转型。

中国纺织机械协会会长顾平主持会议并对产业发展环境进行了简要分析。他表示，当前行业发展面对着极端复杂的发展环境，国际贸易壁垒高筑，需求低迷不振，市场竞争加剧，需求多元发展，行业持续面对能耗、效率、协同等方面问题，企业运行压力与挑战并存。与此同时，全球纺织工业转型呈现多元化创新路径：欧美以工业 4.0 为核心，推动智能装备与低碳技术融合；日本聚焦精益生产与人工智能的应用，为行业创新提供技术支持。

顾平表示，不管是宏观层面的压力还是微观层面的挑战，纺机行业均需以科技创新为驱动力，在推动纺织行业的高端化、智能化、绿色化发展过程中，加速重塑自身以科技创新力为底色的竞争优势，为纺织行业发展做好装备支撑。

科技前沿，发掘潜能

抢到先手棋，是很多行业和企业参与市场竞争的有力武器，如何找到创新的思路和方向，则是众多行业企业苦寻的路径。无论是纺织行业自身发展所需的补短板、锻长板，还是跨界技术的引入，都潜藏着极大的能力。

东华大学教授孙以泽在“先端纺织产品成型装备发展战略研究”报告中，分别从纺织的新认知、战略性新材料纺织装备、传统纺织技术与装备的发展等方面进行了解读。

孙以泽表示，纺织业已不仅仅局限于民生消费的传统纺织，正向战略新型产业渗透和延伸；纺织科学正与信息、微电子、新材料等高新技术领域深度融合、交叉；纺织规上产业 GDP 约为 5 万亿，向国防军工、重大民生领域延伸创造的隐含 GDP 规模巨大，应是广义的 GDP。

围绕战略性新材料纺织装备，他重点介绍了三维编织装备、三维机织装备、数控缠绕设备、自动铺丝装备等的国内外发展现状以及未来发展趋势。谈及未来装备技术发展，孙以泽表示，战略性新材料装备将朝向超大尺寸曲面体自动化成型装备、超厚高密度曲面体自动化成型装备、常规武器的自主低成本快速制造系统，以及中小型无人飞行平台全流程智能制造方案发展。传统纺织机械创新将围绕智能化、数字孪生与虚拟仿真、柔性化与自动化方向继续推进；围绕产业需求，装备技术将在高端化、跨界融合以及全球竞争力打造方面发力；就绿色低碳发展方向，装备技术则会在节能减排、绿色制造以及可持续发展方面加速创新。

中国科学技术大学机器人实验室主任、教授陈小平就机器人相关话题，从人工智能的新进展、机器人的新进展及纺织业应用前瞻三个方面的内容进行了交流。

陈小平表示，中国智造的出路在于形成四位一体的产业创新闭环，打造全球智造一带四新发展格局。中国纺织业的高质量发展是中国智造的一个重要突破口。未来 5 年是中国智造和中国纺织业高质量发展的关键窗口期，重中之重是突破智能化升级的瓶颈，在全球率先实现纺织业的高端化升级。人工智能和机器人技术为中国智造和纺织业高质量发展，尤其为中国率先实现纺织业智能化升级，提供了新的技术可能性。



与会领导嘉宾合影。

中国纺织机械协会总工程师李雪清从技术发展现状、科技创新与成果以及纺机标准化三个方面对纺机行业科技发展情况进行了介绍。2024 年纺机行业成果丰硕，多项成果获“纺织之光”科学技术奖，44 项新产品新技术通过省部级鉴定，305 家重点企业获多项专利。纺机标委会及协会在标准制定上也有进展。细分行业技术各有突破：化纤机械提升能效与智能化；非织造布机械注重可持续发展；纺纱机械向短流程、智能化深耕；织造机械朝高速高效方向优化；针织机械技术迭代；染整机械聚焦节能与自动化。此外，纺机“十五五”发展指导性意见研究编制工作也正在开展。

中国纺织机械协会副会长侯曦以“从科技创新看纺织机械行业‘十五五’发展”为主题，对行业科技创新的背景以及现状进行介绍，并就行业“十五五”发展方向进行了交流。

谈及当前行业发展现状，侯曦表示，纺织机械行业创新体系不断完善，竞争力大幅提升，无论从行业通过鉴定的项目水平还是国家及行业的重要奖项获得情况均有所体现。“十四五”期间，《纺织机械行业“十四五”发展指导性意见》为纺织机械行业科技创新和企业技术研发明确了重点突破的方向。科技攻关项目共列入 63 项，其中 50 项已完成；先进适用技术推广项目共列入 51 项，其中 50 项在用户企业示范应用效果良好。在纺织绿色生产装备重点工程、纺织智能加工装备重点工程等方面均取得了较好成果。

就行业“十五五”发展规划，目前协会还在推进相关工作，预计在 2026 年二季度发布。据介绍，未来五年，行业将重点关注绿色纺织装备重点工程、智能纺织装备重点工程、高端纺织装备重点工程、基础零部件重点工程、纺机智能制造重点工程以及纺机标准质量重点工程的推进。

创新支撑，价值分享

中国纺机行业在当前所表现出的创新力，源于行业系统化的创新体系建设，从行业标准到技术孵化再到平台支撑，为行业的健康发展提供了重要保障。

会上，中国纺织工程学会秘书长高惠芳，中国纺织机械协会副秘书长赵齐，国家纺织机械质量检验检测中心副主任周亚峰，北京众仁智杰科技发展有限公司总经理刘广喜，中国纺织工程学会纺机器材专委会副主任、浙江理工大学新昌技术创新研究院院长胡旭东等嘉宾分别就中国纺织工程学会基本情况、纺机标准化建设及《纺织装备互联互通》系列国标、并条机的互联互通、纺织数字化技术助力纺织机械、纺机器材专业委员会工作等议题进行了宣讲。

大会的主题分享环节，行业高校和企业代表围绕各自研发领域和产品特色，分享了加速推进创新、不拘一格的实践经验，产品技术的升级，以及生产水平的升维，共同勾勒出了当前纺机行业的创新面貌。

俄罗斯工程院外籍院士、武汉纺织大学教授梅顺齐，无锡宏大专件科技有限公司总经理卢锡鸣，浙江理工大学教授向忠，杭州杰牌传动科技有限公司总经理陈德木等嘉宾围绕工业丝高效短流程加捻与捻织自动化装备关键技术及应用、AI 赋能纺织印染产业技术变革、智能传动助力智能纺机升级等主题进行了信息分享。

会后，与会代表们还参观了无锡宏大专件科技有限公司，现场感受该企业在精益管理、智造升级方面的先进做法。TA

数字经济背景下的企业营销创新策略

■ 朱国楼 张斯纬 毕雪 赵菲 / 文

国家《“十四五”数字经济发展规划》明确将数据要素市场化配置上升为国家战略，推动产业数字化转型进入深化应用阶段。企业营销作为连接市场供需的核心环节，其创新路径选择直接影响数字经济效能释放。当前营销实践中，传统价值链解构速度与组织适应能力间存在显著落差，消费行为预测失准、价值创造效率衰减等问题制约着数字化转型成效。如何破解数据要素驱动下的营销创新困境？这需要系统审视数字经济对营销体系的解构与重构效应。本文从营销底层逻辑变革切入，解析数字技术引发的结构性挑战，构建适配新型市场环境的策略框架，为企业把握数字机遇、实现营销范式跃迁提供参考。

数字经济驱动企业营销变革的核心逻辑

数字经济特征重塑了企业营销的底层运行规则。生态重构推动价值网络扩张，平台化运营模式连接上下游资源，企业营销从单一交易场景延伸到全生命周期服务。需求洞察方式呈现结构性升级，价值传递路径发生本质改变，线下实体渠道与线上虚拟空间深度融合，消费者通过 AR 试妆、虚拟展厅等交互界面直接参与价值共创。交易决策机制经历系统性重构，营销生态的数字化改造，本质上是通过技术赋能重构商业要素的链接方式，形成更具弹性的市场响应机制。

数字经济时代企业营销实践的现实挑战

- 1. 消费者行为模式迭代加速。**全渠道触点环境重构了消费者决策路径的基本形态。移动终端设备的渗透使购物场景突破时空限制，部分消费者在决策过程中呈现多线程特征，同一购物需求往往跨越 5 个以上信息触点。品牌官方渠道的权威性被稀释，用户生成内容成为影响决策的关键要素。
- 2. 价值创造体系动态重构。**传统价值链的线性结构正在经历根本性解构。制造企业向服务领域延伸形成解决方案提供商，零售平台通过数据服务重构供应链关系，这种跨界融合模糊了行业固有边界。用户需求从功能满足转向体验获取，促使企业重新定义价值主张的内涵与外延。
- 3. 市场竞争格局多极裂变。**产业跨界融合颠覆了传统竞争边界，形成复合型竞争态势。传统行业面临非对称竞争威胁，市场份额被具有跨界整合能力的创新者蚕食。
- 4. 组织响应能力滞后凸显。**传统科层制组织架构难以适应数字营销的敏捷性要求。部分企业的传统组织惯性使得数据资产难以转化为决策依据，实时市场洞察无法有效传导至执行层面。

企业营销数字化转型的进阶策略

- 1. 数据贯通，构建全景需求感知网络**

首先，构筑多维数据采集体系。企业需整合线上线下触点资源，数据采集范围不应局限于交易环节，产品使用阶段的能耗数据、售后服务记录等都具有重要价值。

其次，构建动态用户画像模型。多源异构数据的融合处理是核心挑战，需通过设置权重算法进行结构化整合，并打造动态更新机制设定合理的刷新频率。

再者，开发智能需求预测系统。传统预测模型多依赖历史销售数据，

改进方案需纳入宏观经济指标、行业趋势分析、竞品动态等多重外部变量。最后，建立精准触达执行机制。需求洞察结果需转化为可操作的营销方案，这要求企业建立标准化的指令传导路径。

2. 场景融合，打造价值共生运营模式

- 第一，优化全渠道场景交互设计。实体空间应配置智能导购系统，线上平台开发虚拟试衣间、3D 产品展示等交互功能，跨渠道数据联通确保用户身份一致性。
- 第二，建立用户共创激励机制。企业可开设产品创意征集平台，定期举办设计工作坊，用户贡献的内容资源需建立确权与分成机制。
- 第三，构建动态价值评估体系。建立用户行为价值计量模型，量化消费者在内容生产、口碑传播、产品改进等方面的贡献值。
- 第四，完善持续交互的运营机制。设立专属用户运营团队定期组织线下体验活动维持参与热度，构建分层会员社群，运营节奏需张弛有度。

3. 生态协同，构筑差异竞争优势壁垒

- 其一，建立跨界资源评估体系。组建专业团队系统梳理产业链上下游资源，开发资源匹配度评估模型，建立动态更新机制。笔者认为，资源评估应突破行业传统认知框架，关注跨界资源的融合创新潜力。
- 其二，设计梯度合作模式架构。针对不同合作对象设计差异化的合作方案，与互补型伙伴签订长期服务协议，对于创新型企业设置开放式合作接口，合作条款需设置动态调整机制。
- 其三，构建价值网络治理机制。成立跨企业协调委员会，建立贡献值计量体系，知识产权保护条款需明确共创成果的归属原则。
- 其四，完善生态价值传导路径。构建生态内部资源交易市场，建立联合培训体系，开发生态品牌认证标准，定期举办生态峰会促进成员交流。

4. 组织再造，培育敏捷响应支撑体系

- 第一，实施渐进式架构扁平化改造。选择营销部门作为试点，建立双线汇报机制，保留核心部门的专业深度，改造过程需设置过渡期。笔者认为，架构调整不宜追求形式扁平，关键在于决策权向市场端下沉。
 - 第二，构建数据驱动的决策流程体系。建立统一数据中台整合各系统信息，决策会议前需提交数据分析报告，数据可视化工具应覆盖各管理层级。
 - 第三，设计阶梯式人才培养方案。建立数字化能力评估模型，基础层聚焦数据解读技能，进阶层强化分析建模能力，专家层侧重战略思维培养。
 - 第四，完善组织适应力评估机制。开发敏捷度评价指标体系，设置季度压力测试场景，建立组织学习档案，评估结果与部门绩效考核挂钩。
- 总之，数字经济重构企业营销有三重机理：数据要素重塑需求洞察方式，技术集成创新价值传递路径，生态协同升级竞争维度。相较于传统营销理论聚焦 4P 要素组合，本文从系统动态视角构建了涵盖数据治理、场景运营、生态构建、组织适配的整合框架，拓展了数字营销理论的内涵边界。实践层面提出的全景感知网络建设方案，为解决消费行为预测难题提供了新思路；设计的价值共生运营模式，为破解用户参与度瓶颈提供了实施路径。TA

（作者单位：江苏鹰游纺机有限公司）

AI 图像生成技术对丝绸图案设计的影响与重构

■ 赵志国 / 文

中国丝绸图案设计历史悠久，既体现了民族文化的审美特征，也承载着工艺与社会的多重价值。然而，在当下全球化和数字化的背景下，传统丝绸图案设计逐渐面临创意不足、风格趋同以及市场需求变化等挑战。人工智能图像生成技术（AIGC）的兴起为这一困境提供了新的解决思路，使丝绸图案能够在保持传统文化韵味的同时，实现更高效和多样化的创新。

AI 图像生成技术概述

AI 图像生成技术依托扩散模型、GAN 和多模态语义匹配等核心算法，实现了从文本到图像的快速转化。与传统手绘相比，AI 在效率、风格融合、配色智能化和工艺适配方面展现出明显优势。它不仅可以作为设计师的辅助工具，也正在逐渐重塑丝绸图案设计的工作流程与思维方式。

AI 技术在丝绸图案设计中的应用实践

1. 图案灵感生成：从“被动等待”到“主动引导”

灵感是设计的起点，但在传统丝绸图案设计中，灵感往往依赖设计师的偶然触发（如观察自然、翻阅古籍），具有不确定性。AI 图像生成技术通过“关键词驱动”模式，将灵感从“被动等待”转化为“主动引导”，成为设计师的“创意引擎”。

具体分为三个环节：一是设计师提炼需求，总结关键词，涵盖风格、元素、色彩、质感等维度；二是 AI 依据关键词生成大批量方案（一般在 10—50 张），涵盖不同构图与搭配；三是设计师从中筛选、优化。这种模式的优势在于“量变引发质变”，大量方案的碰撞激发了更多联想。例如，AI 生成的“祥云与几何图形交错”方案，让设计师意识到吉祥符号可以抽象化以符合现代审美。某丝绸工作室实践表明，引入 AI 后，设计师灵感枯竭现象减少约 60%，初稿创意多样性提升约 3 倍。

Midjourney 等平台进一步拓展了这种能力。例如输入“newchinese, chinesecalligraphy, gold”等指令，可快速输出东方意蕴草图，其元素组合常常出乎意料，从而拓展了创意边界。通过不断调整关键词，设计师还可实现跨文化结合，例如将古希腊神话与中国传统丝绸图案融合，生成新颖图案。

2. 风格迁移与融合：打破传统与现代的边界

风格的创新是丝绸图案设计的核心。传统风格转换依赖设计师理解多种美学语境，难度较高。AI 风格迁移算法通过解析风格特征（线条、色彩、构图）与内容特征并加以融合，成为高效工具。

其模式主要包括：传统与传统融合：如唐代宝相花的饱满与宋代梅花的疏朗相结合，生成兼具盛唐气象与文人意趣的图案。传统与现代融合：如清代缠枝纹的曲线与蒙德里安直线网格结合，形成跨越时空的视觉对话。跨文化融合：如中国水墨的留白与日本浮世绘的平面色块结合，营造东方共性。某丝绸企业借此实现“苗族银饰纹样＋北欧极简风格”的结合，使产品出口量提升 40%。

3. AI 辅助配色系统：科学与美学的协同

色彩是丝绸图案的灵魂。传统配色多依赖直觉，易受主观局限。AI 配色系统则通过数据库、语义学习和算法推荐，实现科学与美学结合。其逻辑包括，数据库构建：涵盖中国传统色、国际流行色、行业经典配色，超过 10 万种方案；语义学习：利用多模态模型学习“色彩—情感—风格”的关联；算法推荐：根据设计需求和用户画像，提供多组方案并标注“视觉冲击力”“文化适配度”。

实践显示，AI 配色使设计效率和一次性通过率大幅提升。例如在“新中式礼服”案例中，推荐的“黛蓝＋月白”不仅表达东方内敛，也营造

了大气飘逸感；在儿童丝巾设计中，推荐“鹅黄＋浅粉＋草绿”，既凸显活力，又避免刺激性。部分设计师反馈，客户一次性通过率由 50% 提升至 80%。

4. 与传统工艺的结合优化：数字与手工的共生

AI 图案需经工艺落地才能成品，其与工艺的适配性决定最终效果。目前，AI 已能与数码印花、丝网印刷、刺绣等工艺有效结合。

数码印花：最适合复杂图案，清晰度和色彩过渡均能保真。如某公司用 AI 生成的“梵高星空风格＋丝绒肌理”图样印花，产品价格上涨 30% 却仍供不应求。

丝网印刷：适合色块线条清晰的图案。设计师通过简化色彩和强化轮廓，使其适配套色限制。某“水墨荷花”图案经优化后，仅用 3 色便表现出浓淡变化。

手工艺：针对线条过细或元素过小的问题，设计师可借助 AI 插件进行结构优化，使之适合刺绣工艺。某非遗工坊将 AI 生成的“龙凤呈祥”图案与苏绣结合，呈现出细腻又具冲击力的视觉效果。

案例分析

1. 万事利：AIGC 驱动的丝绸设计与产业变革

万事利自 2018 年起探索 AI 应用，其 AIGC 花型大模型基于 70 万＋花型数据和 300+ 算法，能快速生成不同风格的丝巾图样。

在产业革新方面，万事利建立了“AI 创意设计工作站”“AI 选品平台”和个性化丝巾定制品牌“喜马拉雅”，形成了 S2B2C 的灵活供应链，实现从选品到生产仅需 72 小时，解决库存积压问题。2025 年推出的“AI＋非遗”系列丝巾通过重构杭绣针法数据库，使传统纹样设计效率提升 80%，3 个月销量突破 5 万条。

2. 雅戈尔：AI 助力云锦纹样仿真生成与个性化定制

雅戈尔联合浙江理工大学，研发基于深度学习与 3D 印花的云锦仿真生成系统，搭建“云锦纹样基因库”，涵盖 5000+ 传统纹样结构和工艺特征。

该系统不仅能高度复刻云锦“妆花”工艺的色彩渐变和金线光泽，还能融合现代美学生成新图案。2024 年推出的“AI 定制云锦领带”系列，顾客上传照片即可生成个性化纹样，半年内订单突破 2 万单，其中 30% 来自海外市场，推动了云锦文化的国际传播。

3. 博物馆文创开发：馆藏资源的数字化活化

某丝绸博物馆藏有唐代至民国的丝绸文物 3000 余件，但利用率有限。2024 年，该馆携手设计团队，运用 AI 技术进行图案活化并转化为文创产品。主要步骤包括，数字化建档：高清扫描与矢量化，建立涵盖元素、工艺与时代背景的数据库；AI 风格迁移：将传统图案与卡通、极简等风格融合，适配不同受众；专家评审与工艺落地：确保文化准确性与工艺可行性；文创转化：开发丝巾、手帕、书签等 10 类产品，并配套科普内容。

项目上线 6 个月销售额达 80 万元，较以往增长 3 倍；相关内容在社交媒体获得 200 万＋阅读量，显著提升了传统文化的传播力。

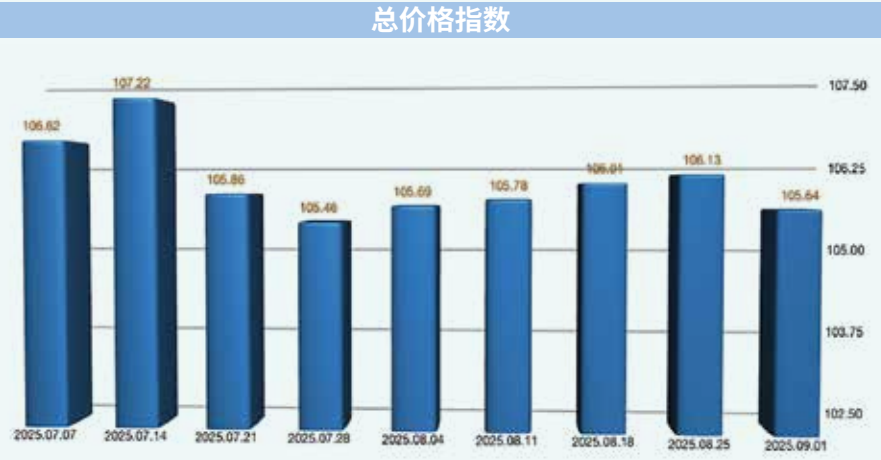
AI 图像生成技术正逐步改变丝绸图案设计的模式。从灵感生成到风格融合，从配色智能化到工艺适配，AI 为设计提供了全新的工具与思路。万事利、雅戈尔和丝绸博物馆的实践证明，AI 不仅提升了设计效率与产业竞争力，还推动了传统文化的再创造与全球传播。未来，随着算法优化与跨界融合，AI 将在丝绸图案设计中释放更大潜力，使这一传统工艺在当代语境中焕发新的生命力。TA

（作者单位：上海有样信息科技有限公司）

市场成交环比回缩 价格指数环比下跌

20250901 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20250901 期纺织品价格指数收报于 105.64 点, 环比下跌 0.46%, 较年初上涨 1.06%, 同比上涨 0.72%。



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

原料行情环比下跌, 涤纶行情环比回缩

据监测, 本期原料价格指数收报于 85.45 点, 环比下跌 1.61%, 较年初上涨 6.04%, 同比上涨 3.8%。

聚酯原料震荡回缩, 涤纶行情稳跌互现。本期涤纶原料价格指数收报于 71.70 点, 环比下跌 3.81%。近期华东地区 PTA 现货主流 4775 元/吨, 环比下跌 55 元/吨; MEG 主流 4525 元/吨, 环比上涨 7 元/吨; 聚酯切片市场报价环比下跌, 江浙地区有光切片现金或三月承兑 5920 元/吨, 环比下跌 30 元/吨; 无光切片现金或三月承兑 5875 元/吨, 环比下跌 5 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩, 价格稳跌互现, POY 报价 6740 元/吨, 环比下跌 10 元/吨; FDY 报价 7080 元/吨, 环比持平; DTY 报价 7930 元/吨, 环比下跌 10 元/吨。上游聚酯原料价格震荡回缩, 下游需求环比下降, 聚酯工厂涤纶长丝价格稳跌互现, 常规品种和新款品种成交量环比下跌。

纯棉纱价格稳跌互现, 纯棉纱行情环比回缩。近期, 纯棉纱收报于 106.51 点, 环比下跌 2.45%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比回缩, 价格稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16400 元/吨, 环比下跌 10 元/吨; 普梳 32S 纯棉纱报价 21450 元/吨, 环比下跌 10 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缩, 询价及成交环比下降。

坯布行情环比小升, 价格指数小幅上涨

据监测, 本期坯布价格指数收报于 115.70 点, 环比上涨 0.13%, 较年初下跌 2.95%, 同比下跌 2.71%。

近期, 坯布市场营销环比小升, 连日成交呈现小幅上涨走势, 坯布厂家订单环比小增, 坯布价量小幅上涨。

混纺纤维坯布收报于 118.10 点, 环比上涨 2.80%, 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 176.68 点, 环比下跌 3.24%, 纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比下跌。

化学纤维坯布指数收报于 105.79 点, 环比下跌 1.05%, 涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比下跌。

服装面料环比回缩, 价格指数环比下跌

据监测, 本期服装面料类价格指数收报于 111.19 点, 环比下跌 0.43%, 较年初下跌 4.70%, 同比下跌 4.33%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期, 中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩, 夏季面料下单环比回缩, 秋季面料下单环比下跌, 对口客商入市认购环比回缩, 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、涤纶面料、涤棉面料类成交价量不等量下跌。

特色分类指数中: 衬衫面料指数值收于 120.95 点, 环比下跌 1.27%; 裙装面料指数值收于 118.28 点, 环比下跌 1.66%; 牛仔服面料指数值收于 108.39 点, 环比下跌 2.98%; 提花工艺面料指数值收于 106.05 点, 环比下跌 2.08%; 针织工艺面料指数值收于 113.41 点, 环比下跌 0.92%; 防水性能面料指数值收于 107.39 点, 环比下跌 2.81%; 防风性能面料指数值收于 103.40 点, 环比下跌 1.36%。

家纺市场环比回升, 价格指数环比上涨

据监测, 本期家纺类价格指数收报于 100.13 点, 环比上涨 0.23%, 较年初下跌 0.72%, 同比下跌 0.92%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期, 家纺市场行情环比回升, 整体市场价格环比上涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回升, 兼具时尚元素创意产品现货成交量和订单发货量环比增加。其中: 窗纱类收报于 101.41 点, 环比上涨 0.67%; 其他家纺类收报于 94.66 点, 环比上涨 0.12%。

市场行情明显回升, 辅料指数环比上涨

据监测, 本期辅料类价格指数收报于 114.62 点, 环比上涨 1.37%, 较年初下跌 12.53%, 同比下跌 12.54%。

本期辅料类价格指数环比上涨。近期, 市场成交明显回升, 轻纺城传统市场服饰辅料行情环比上行, 价格指数环比上涨。其中: 线绳收报于 126.05 点, 环比上涨 0.05%; 花边收报于 175.56 点, 环比上涨 0.27%; 窗帘布带收报于 112.28 点, 环比上涨 5.18%; 打孔圈收报于 102.02 点, 环比上涨 0.39%; 挂球和挂钩收报于 118.42 点, 环比上涨 6.35%; 窗帘花边收报于 102.58 点, 环比上涨 0.49%。

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。市场内众多供应商打样下单将继续增加, 实质性订单将继续小增。非洲、中东客商入市下单环比增加, 外需市场也将局部小增。因“金九”时节来临, 市场行情将有所改善, 秋冬面料订单仍将继续增加, 销售将继续推升。因此后市创新面料价格维持震荡上行的可能性相对较大。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



在区域领先的 展会中，

探寻纺织领域的前沿
创新科技与技术



中国国际纺织机械展览会
暨ITMA亚洲展览会

新加坡2025

2025年10月28 - 31日
新加坡博览中心
www.citmesingapore.com

探索涵盖纺织和服装制造产业链的新技术，
以增强竞争力和推动可持续发展

70,000m²
展览总面积*

770+
家参展商*
来自31个国家/地区

19
产品大类*

*以上数据由主办方提供

现场体验技术持有者进行机械展示。

立即登记！



即刻登记以享门票五折，优惠9月28日截止。

主办单位



承办单位



协办单位



合作协会



支持单位



举办国家



官方航空公司

