

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 2025.09.15 | 第34期 | 总第1234期





中国轻纺城集团
ZHEJIANG CHINA TEXTILE CITY GROUP

东升路市场分公司
Dongsheng Road Market Branch

中国轻纺城 户外功能面料专营区

* 集聚高端品牌力量

专注防护功能研发 *

* 融入创新科技新材

引领户外时尚潮流 *

地址:
(Add.)

中国轻纺城东升路市场B区三楼



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

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	牛学臻	
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:Clothing
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*

聚焦“实效引领”，寻找破局路径
“盛泽织造”携“原产 + 原创”实力闪耀 2025 Intertextile 面辅料展



08

特别报道 *Special*

2025 纺织盛会引爆全产业链创新动能
2025 Intertextile 秋冬面辅料展：再掀全球产业升级新浪潮！
CHIC2025 (秋季)：以见面，见未来
2025 Yarn Expo 秋冬纱线展：创新催化产业变革，合作共创无限机遇
2025 PH Value 秋冬针织展：聚焦“心”消费，智尚新未来
2025 intertextile 秋冬家纺展：盛会有期，商贸不息！
CINTE25：创新引领，携手共绘可持续未来

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

情绪消费浪潮下，面料如何承载治愈力？
新业达织造：以需求为起点，用市场驱动创新
柯桥印染企业再登国家级绿色制造名单

18

封面故事 *Cover Story*

许村“布”局：一块布的时尚跃迁

20

时尚 *Fashion*

夏国新：以东方美学与科技创新，点亮中国时尚“耀”眼时刻

21

一线 *Frontline*

中国轻纺城展团：以优质面料筑势，凭产业合力拓局
兰精卫星展团聚势领航，织就精彩未来！
染可染™无水染色彰显硬核技术实力
恒申集团与 Ambercycle 强强联合，构建循环材料生态系统
仲元润生 T2T 再生 3.0 产品开启旧衣循环新篇

24

观察 *Observation*

驱动产业转型升级的人才培养创新实践
中国纺织服装企业海外投资的模式分析

26

指数 *Index*

市场成交升跌互现 价格指数环比下跌



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

ROLE TRANSFORMATION 角色转变

15 万平方米的国企产业空间，试点零租金！

广州此举，成为了目前全国范围内单次供应规模最大的免租行动！据说符合条件的企业能够享受 2—3 年的免租金待遇。同样，深圳市也有 10 万平方米的园区资源，能够为科创型小微企业提供不超过 2 年的办公研发场地免费使用。

此外，包括杭州、苏州、成都等地在内，也有类似的情况出现。杭州陆续有约 20 万平方米的园区可为符合条件的企业提供最长 5 年的零租金创业空间。苏州整合 10 万平方米国资园区，对符合条件的企业给予 2 年免租金支持，甚至还配套提供最高 300 万元的融资。

宏观压力也好，政策导向也罢，亦或是竞争压力，抛开对于这一现象的背景分析，当下产业园区的商业模式升级可能同样值得大家琢磨。

当前,产业园区的商业模式正加速从传统的“包租婆”与“租客”的模式,向“合伙人”“股东”模式转型,于是,产业园的运营逻辑逐渐从空间租赁，转向了产业生态合作伙伴。

这样的转变好在哪里？

一方面，改变了此前收入来源的单一性，不必跟着大家一起“卷”价格。毕竟目前全国有超 8 万家产业园区在寻找自己可持续发展的路径，且相关统计数据表明，产业园市场的供应量还在以每年 1.2—1.5 亿平方米的速度增长，到 2025 年底，全国产业园区的总规模或将达到 62 亿平方米。若大家都围绕价格做文章，必然会让产业园的市场面对更大的运营压力。

另一方面，这样的模式也会成为优质企业实现快速发展的助力，毕竟租金作为企业运营的重要成本投入，关键三年的压力降低，能够让企业更好地发力自身业务，实现更好的成长。当然，在企业高质成长的背后，合作的产业园也能同步获取租金溢价、资产增值，更重要的是可以分享企业的发展红利，且这样的红利将是可持续的。

第三，有助于优化产业生态。相较于靠价格战抢夺企业资源，园区可以说是站在了被选择的位置上，对于入驻企业的质量决策能力很弱。然而，以“伙伴”关系搭建起的合作模式下，产业园必然会在企业接洽方面优中选优，毕竟，他们需要更有生命力的企业，以降低自身的收益风险。

在纺织行业中，相关的产业园区也不在少数，近年来，很多园区在运营方面都面对了不小压力。园区为招商想尽了办法，高大上的、新奇特的，千方百计只为拉企业进园，可即便是提供全天候的“保姆式服务”都难免遭遇招商困境。如今，在这样的产业园区发展思路下，不知道纺织产业园区是否也能紧跟节奏实现角色转变，毕竟当前收益与未来发展的抉择并不容易。

View point / 产经看点

8 月份，我国货物贸易进出口总值 3.87 万亿元，同比增长 3.5%，增速虽比 7 月下降 3.2 个百分点，但出口 2.3 万亿元、进口 1.57 万亿元，同比分别增长 4.8% 和 1.7%，连续 3 个月实现双增长。

—— 海关总署

截至 8 月末，我国外汇储备规模为 33222 亿美元，较 7 月末上升 299 亿美元，升幅为 0.91%。

—— 国家外汇管理局

最新增值税发票数据显示，8 月份全国企业销售收入增速较 7 月份加快 0.9 个百分点。

—— 国家税务总局

中国连续 16 年保持东盟第一大贸易伙伴地位，东盟连续 5 年成为中国第一大贸易伙伴。

—— 商务部

《关于推进“人工智能+”能源高质量发展的实施意见》近日印发，提出到 2030 年，能源领域人工智能专用技术与应用总体达到世界领先水平。

—— 国家发展改革委、
国家能源局



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

Scene / 现场

聚焦“实效引领”，寻找破局路径

产业用纺织品行业“十五五”发展指导意见研讨会在上海召开

9月2日,产业用纺织品行业“十五五”发展指导意见研讨会在上海召开,为行业在复杂多变的国内外环境中寻找破局路径。

中国纺织工业联合会副会长李陵申, 东华大学教授俞建勇, 工业和信息化部消费品工业司纺织处副处长吴桐, 中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅等领导、专家及中产协各分会会长参会, 从产业实践视角为规划编制建言献策。

李桂梅表示,当前,“十四五”即将圆满收官,“十五五”新征程蓄势开启。在此关键节点, 中国纺织工业联合会已在全行业内启动纺织行业发展战略研究工作, 其中产业用纺织品行业作为重点方向, 前期已开展大量扎实的筹备与调研工作。此次指导意见, 在领域拓展层面, 我们打破了以往的固有框架, 力求进一步拓宽产业覆盖范围。同时, 为推动上下游领域协同发展, 我们在拓展产业应用场景方面明确了新的方向, 聚焦民生需求, 向消费端、工程应用等领域终端产品延伸。希望通过此次会议, 能够进一步明晰产业用纺织品的发展路径。

吴桐指出, 本次研讨要抓住“关键共性”问题, 聚焦行业核心、覆盖面广的内容, 做到抓大放小, 精简内容更利于落地。针对具体做法, 吴桐指出, 各分会会长需立足分会或细分行业提出具体建议, 文件既要明确方向思路, 也要包含落实办法。此外, 规划要具有行业特色, 凸显差异化, 将问题聚焦、写透, 以释放政策效应, 进而支撑行业未来五年发展。

此次会议聚焦产业用纺织品行业“十五五”发展指导意见的具体内容, 中国产业用纺织品行业协会副会长季建兵对指导意见的编制情况进行了说明。与会专家、企业代表针对战略研究的框架、方向, 涉及的技术体系、技术内容等问题展开了深入讨论, 并提出意见建议。

俞建勇在总结发言中表示, 产业用纺织品行业制定“十五五”规划具有极强的必要性, 这与其独特的行业属性息息相关。从行业特点来看, 产业用纺织品具备鲜明的工程结构性特征, 同时, 作为新质生产力的重要代表,



与会专家、企业代表为行业发展提出意见建议。

产业用纺织品行业科学制定“十五五”规划, 不仅是行业自身发展的必然需求, 更是发挥其战略支撑作用的重要举措。制定“十五五”规划需以“实效引领”为核心目标, 紧密对接应用需求, 重点推动核心关键领域发展, 深度体现行业发展内在逻辑。聚焦提高供给能力、加大需求牵引、提升产业整体能力三大核心关键, 提升产业链整体韧性与竞争力。

李陵申在总结发言中表示, 在推进产业用纺织品行业制定“十五五”规划工作中, 既要精准围绕产业发展背景与现实需求, 摆脱惯性思维对规划方向的束缚, 又要以顶层设计为引领、以行业发展规律为遵循, 构建科学系统的规划思路。通过这一规划, 一方面要强化政策引领效能, 明确产业发展的核心目标、重点任务与支持方向, 为产业高质量发展提供清晰指引; 另一方面要推动多方协同联动, 形成资源共享、优势互补的产业发展合力, 为产业用纺织品的创新突破与持续发展夯实基础。

多方力量的碰撞与融合, 为“十五五”发展规划的科学性、前瞻性与可操作性奠定了坚实基础。结合会议研讨成果与行业发展需求, “十五五”期间产业用纺织品行业的核心发展任务逐渐清晰, 将从多维度推动行业实现转型升级。(综编)

Macro / 宏观

前八月全国纺织品服装出口 1972.7 亿美元，同比微降 0.2%

根据海关总署统计快讯, 今年前8个月, 全国纺织品服装累计出口额 1972.7 亿美元, 同比微降 0.2%。其中纺织品出口 945.1 亿美元, 同比增长 1.6%; 服装出口 1027.6 亿美元, 同比下降 1.7%。以人民币计, 前8个月纺织品服装累计出口 14167.5 亿元, 同比增长 0.8%, 其中纺织品出口 6787.5 亿元, 同比增长 2.6%; 服装出口 7380.0 亿元, 同比减少 0.7%。

今年以来, 全球经济复苏节奏不均衡, 美国、欧盟等主要市场维持高利率水平, 消费和进口需求恢复偏缓, 部分国家贸易政策和关税调整也对我国纺织外贸企业订单承接造成影响。此外, 国际海运价格和人民币汇率等关键因素波动频繁, 对出口成本和利润空间形成一定压力。进入三季度, 我国纺织品服装出口表现继续分化: 纺织品出口保持韧性, 8月当月录得 123.9 亿美元, 同比增长 1.5%; 而服装出口则下降明显, 8月出口 141.5 亿美元, 同比下降 10%, 降幅较 7 月扩大 9.5 个百分点。

总体来看, 国际贸易环境不确定性仍较高, 全球纺织品服装出口形势可能继续波动。建议我国纺织企业密切跟踪主要出口市场需求和政策变化, 合理安排产能与交期, 关注汇率和运价的波动风险; 同时把握国内消费升级带来的新增需求, 优化产品和渠道布局, 提升订单质量与交付稳定性, 增强内外市场协同发展能力。(联盟)

GB/T30558-2025《产业用纺织品分类》正式发布

日前, 国家市场监督管理总局(国家标准化管理委员会)批准发布 GB/T30558-2025《产业用纺织品分类》, 2026 年 3 月 1 日实施。

该标准由中国产业用纺织品行业协会联合行业内重点企业和科研院所起草修订。相比 2014 年发布的标准, 新标准更加突出了产业用纺织品的“按用途”分类原则, 结合行业近年来发展特点及未来发展方向, 对原有 16 大类进行了调整, 同时根据产品特点, 对各领域的二级分类进行了重新梳理归纳, 以示例形式列举了常见产品; 新标准还增加了“加工工艺和产品形态方面”分类维度, 将产业用纺织品分为非织造布、线绳(缆)带、网、产业用涂层织物等 9 大类, 以更加准确反映行业的特点。

新标准的发布, 进一步规范和优化了行业分类, 突出了产品应用和技术特点, 对于增强产业用纺织品行业社会认知、推动和引导产业发展进步将发挥积极作用。(江露)

Focus / 聚焦

“盛泽织造”携“原产 + 原创”实力闪耀 2025 Intertextile 面辅料展

9月2—4日, 2025 中国国际纺织面料及辅料(秋冬)博览会在国家会展中心(上海)盛大举办。来自盛泽的 220 余家纺织企业组成“盛泽展团”集体参展, 展品覆盖原料、面料、成衣全产业链, 以强大产业集群优势, 向全球采购商全方位展现“盛泽织造”“原产 + 原创”的硬核实力与独特魅力。

作为吴江经济的支柱产业, 盛泽纺织产业集群始终保持强劲市场活力与发展韧劲。近年来, 盛泽镇持续推进产业转型升级, 加速“智改数转网联”进程, 大力扶持跨境电商发展, 不断夯实产业特色, 提升核心竞争力, 让“盛泽织造”品牌影响力持续扩大。

本届展会, “盛泽展团”携 220 余家企业参展, 展位总面积约 6800 平方米, 恒力、盛虹、福华、京奕等知名企业悉数到场, 展品遍布纱线馆、功能馆、休闲馆、女装面料馆等多个展馆, 集中呈现“盛泽织造”在新技术、新产品、新工艺、新材料领域的最新成果。

苏州罗曼罗兰时尚集团此次聚焦差异化新纤维针织面料, 以“纤维创新应用”为基础, 叠加先进工艺设计, 展示的运动、户外、休闲类高端面料极具市场竞争力。吴江六福纺织则带来 400 余款高附加值提花面料, 其中国风提花面料、时装类女装面料两大系列产品紧扣市场潮流, 赢得不少采购商青睐。

“盛泽展团”的展区设计同样吸睛, 以“中国红”为主色调, 搭配“中国东方丝绸市场”字样, 辨识度十足。更引人注目的是展区内的 高附加值面料, 功能性面料、环保再生面料齐聚, 凭借防水、抗菌、透气、防紫外线、可降解等“黑科技”, 成为展馆内的焦点。苏州市八分色纺织科技有限公司此次携与江南大学合作研发的反光、魔术印花等新产品参展, 其中耐极寒

Direct / 直击

中国自研高性能无氟防水透湿材料问世，纺织科技迎来关键突破

近日, 安踏集团联合东华大学正式发布中国自研高性能无氟防水透湿材料——无氟安踏膜(AeroventZero), 标志着中国高性能防水透湿面料领域迎来关键突破。

长期以来, 高性能防水透湿面料的无氟化是业内公认的世界级难题。安踏集团介绍, 无氟安踏膜通过自研高导湿生物基高分子及微纳米结构调控, 使材料的透湿性显著提升, 同时结合无氟防泼水表面改性、无氟粘合剂等多个关键环节的技术创新, 在不添加有机氟系化合物的前提下保障了防水性。经第三方权威实验室测试, 搭载无氟安踏膜的防水透湿面料静水压达 18000mmH₂O, 透湿率达 7000g/m² · 24h, 核心指标达到国际先进水平, 成功攻克了“无氟高性能”这一世界性难题。

此外, 研发团队在无氟安踏膜中, 开创性地采用生物基高分子, 其含量达 20%, 代替了传统石油基高分子, 产品更环保、更符合未来的可持续发展趋势。

无氟安踏膜的诞生是产学研深度融合的成果。2021 年, 东华大学与安踏携手共建创新研究院, 将科研重心聚焦于服装创新材料领域。安踏凭借其在自研科技领域的深厚技术储备、与东华大学共建的校企合作机制以及高效深度的产业链整合能力, 依托自营成衣工厂实现了无氟安踏膜的规模化量产, 打通了从“实验室”到“市场”的全链路。目前, 搭载无氟安踏膜的全新一代“风暴甲”已正式上市, 并将在海外市场同步发售, 有望成为全球高性能无氟冲锋衣市场的标志性产品。(万晗)

聚乳酸纤维应用“指南针”来了！

9月3日,《聚乳酸纤维应用指导手册(第一版)》(以下简称《手册》)发布会在国家会展中心(上海)举行。《手册》由中国化学纤维工业协会、北京服装学院、安徽丰原生物纤维股份有限公司、扬州惠通生物新材料有限公司、易生新材料(苏州)有限公司和安徽新元生物科技有限公司共同组织编写, 汇聚了行业协会、高校及龙头企业的多方智慧与实践经验。

当前, 中国化纤工业正处在落实“双碳”目标、推动制造业绿色转型的重要阶段。聚乳酸纤维凭借工业堆肥降解的独特环保属性, 既高度契合我国“双碳”战略, 也顺应全球市场对绿色纺织品的迫切需求。但目前行业对聚乳酸纤维的认知水平和技术储备仍不均衡, 企业在应用开发中常需大量投入、反复试错, 抬高了产业应用门槛。为破解这一困境、推动产业健康发展,《手册》应运而生, 为行业提供实用参考。

同期, 在产业链协同合作签约仪式上, 扬州惠通生物新材料有限公司和广东蒙泰高新纤维股份有限公司、安徽丰原生物纤维股份有限公司和愉悦家纺有限公司、易生新材料(苏州)有限公司和武汉纺织大学、安徽新元生物科技有限公司和浙江乔旺尼纺织科技有限公司四组合作方, 分别围绕聚乳酸纤维研发、产品开发及功能性研究达成战略合作, 进一步夯实产业链上下游协同创新及应用基础。

发布会上, 参与《手册》编制的高校学者与企业专家等, 围绕聚乳酸纤维应用关键技术及实践等进行了专题分享。(郭春花)



本届展会, “盛泽展团”集中呈现在新技术、新产品、新工艺、新材料领域的最新成果。

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

CHIC

yarnexpo

PH

intertextile
SHANGHAI home textiles

cinte
techtextil
CHINA

纺动世界 智领未来

2025 纺织盛会引爆全产业链创新动能

■ 本刊记者 _ 陶红 董笑妍 王利 耿聃 夏小云 李亚静

2025 年 8—9 月，覆盖纺织全产业链的重磅展会在上海密集举办，包括 8 月 22 日收官的 2025intertextile 秋冬家纺展，9 月举办的 2025Intertextile 秋冬面辅料展、CHIC2025（秋季）、2025Yarn Expo 秋冬纱线展，2025 PH Value 秋冬针织展，以及第十八届产业用纺织品及非织造布展（CINTE25）。这些展会串联纱线、面辅料、针织、家纺、产业用纺织品、服装及应用场景，构建起贯通产业上下游的宏大展示与交流矩阵，成为全球纺织业目光聚焦的核心舞台。

系列展会以“科技、时尚、绿色、健康”为战略主线，强势汇聚全球顶尖展商，前沿成果集中登场，尽显产业技术革新的磅礴力量。从绿色可持续理念的深度落地，到数智化、功能化产品的硬核突围，展会全方位释放纺织产业升级动能，不仅为企业搭建起联通全球的合作桥梁，更以引领者姿态推动中国纺织向高端化、绿色化纵深迈进，奏响产业高质量发展的强劲乐章。

再掀全球产业升级新浪潮！

2025Intertextile 秋冬面辅料展圆满闭幕

9 月 4 日，为期三天的 2025 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会（以下简称：2025Intertextile 秋冬面辅料展）在国家会展中心（上海）圆满闭幕。

精准匹配·高效对接，赋能全球纺织供应链重构

在全球经贸格局深度变革、供应链重构加速的背景下，精准、高效、专业的商贸对接已成为纺织行业把握机遇、应对挑战的关键。2025Intertextile 秋冬面辅料展充分发挥平台枢纽作用，通过精心策划的 12 场高频率商贸对接活动，实现需求精准匹配、资源高效整合、合作快速落地，为全球纺织产业链注入强劲动能。

三天时间里，东欧—中亚商贸对接专场、甄选休闲运动女装采购专场、独立品牌商贸对接专场、淘宝女装顶流品牌专场等接连举办，国内外需求方与供给方在此碰撞出合作火花，“一对一”“一对多”洽谈、一站式对接的模式，以精准对接驱动贸易实效，以专业匹配释放供需动能。其中，东欧—中亚商贸对接专场设立四场深度定向专场，保加利亚、罗马尼亚、波兰及乌兹别克斯坦等国的需求方，现场与多家供给方展开对接。

罗马尼亚 N.I.C.S. CORPORATION SRL 采购代表表示：“2026 年欧盟对于服装面料的原材料标准有所调整，这次来主要采购天然环保类的面料产品，用于高端品牌服装。一对一的洽谈形式非常好，有助于快速了解供应方并和他们进行初步沟通，已经和几家供应方约好后续去其工厂现场参观进一步交流。”

山东南山智尚科技股份有限公司市场代表张经理称：“与来采购休闲西装面料的波兰贸易商代表商谈甚欢，并相约在展位观看样品，进一步洽谈。”

多元需求·联动全球，驱动纺织商贸热力升级

以规模见证实力，以需求彰显价值。2025Intertextile 秋冬面辅料展凭借空前吸引力，迎来全球多地“千人买家团”强势集结，庞大的采购阵容构成流动的商贸风景线，强劲的采购意愿、多元的品类需求，共同点燃“金九银十”的行业盛事，不仅推动区域产业与全球资源深度融合，更以集体之力推动中国纺织与世界共振。

三天时间里，商贸氛围持续升温。马来西亚、俄罗斯、泰国、越南等多国行业机构率领龙头企业代表抵沪，携最新国际采购需求与中国企业精准对接；同时，ZARA、H&M、FILA、lululemon 等数十国国际品牌需求方高频洽商，高效寻源。国内方面，安踏、李宁、雅戈尔、波司登等实力品牌，以及浙江、江苏、广东等地近百家产业集群组团采购，带来丰富且差异化的需求，全程洽谈密集、合作涌动。

欧洲及南美海外团表示：“每次来都有新惊喜，展区规划清晰，品类丰富，中国供应方的创新能力很强，不少功能性产品和环保设计很契合欧洲市场需求，对接效率也高，是连接中欧纺织贸易的优质平台。”

上海嘉麟杰纺织科技有限公司表示：“每次遇到这个展会，采购部门同事都会全员出动，

毕竟这是行业里的风向标，从最新的环保纱线到功能性涂层技术，总能在这儿挖到能匹配产品升级的好材料。”

专业视角·多维对话，把握行业趋势与供应链机遇

作为洞察全球市场动向、建立深度合作、驱动供应链升级的黄金窗口，2025Intertextile 秋冬面辅料展持续迎来全球纺织行业专业采购商的高度聚焦，上百个国家和地区的专业观众川流不息，他们穿梭于 9 大展馆内，深入展区高效对接、精准洽商。

三天时间里，品牌决策者、设计师、供应链总监、企业采购负责人、零售买手等构成的优质采购群体，以需求为导向、以价值为锚点，不仅寻源前沿面料与技术创新，更在多维对话中实现对行业趋势、供应链资源和创新技术的系统把握和战略布局。

日本采购商渡边表示：“想找寻天然的吸湿透气性能佳且便于打理的用于制作衬衫的面料，在 7.1 馆发现有专门的区域集中了这些供应方，非常方便快速了解沟通。”

西班牙采购商表示：“我们对户外服装面料很有兴趣，近年来户外运动兴起，透气性已经成为标配，这次展会上看到很多面料富含多种功能性，如抗菌、防臭、抗紫外线，适合多种场景。”

江苏素时制衣有限公司副总经理林松提到：“参观不足一日，已发现多款契合需求的面料，现随身携带的样卡颇丰，计划返回后将其用于基础款 T 恤的打样测试，此类面料预计能获得市场认可。”

创新为本·实力破圈，引领纺织行业品质新方向

以产品说话，以实力揽客。三天时间里，2025Intertextile 秋冬面辅料展的参与者通过新产品、新技术、新场景、新应用，生动诠释“专、精、特、新”的核心竞争力。24 万平方米展出面积、9 大展馆、16 大专业细分展区、超 50 个细分品类、26 个国家和地区超过 3700 家海内外优质从业者纷纷亮出“王牌产品”，海量新品竞逐，将展台化作辐射全球的“一站式”前沿阵地，引领行业新风向。

此外，中国麻纺协会相关群体，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区域，以集体形式参与，积极拓展国际国内市场；意大利 Milano Unica 相关群体、法国展区等组成的“时尚欧洲馆”，呈现前沿设计理念与高端面料工艺，引领行业风尚；日本、韩国、印度、马来西亚、巴基斯坦、土耳其等国家和地区的从业者带来更多特色产品，为区域间深度合作与贸易往来创造更多可能。

当最后一波采购商带着样卡与合作意向离场，2025Intertextile 秋冬面辅料展的全球商贸热潮暂告一段落，但行业合作的新篇已然开启。



展会现场。



展会现场。

以见面，见未来

CHIC2025(秋季) 圆满收官

9 月 4 日，为期三天的 CHIC2025（秋季）中国国际服装服饰博览会在国家会展中心（上海）圆满落下帷幕。这场以“秋游野餐会”为灵感打造的行业盛会，打破传统展会的刻板边界，将社交松弛感与商贸高效能完美融合，为全球纺织服装从业者带来一场兼具温度与价值的相聚，也为行业在新周期下的发展注入强劲动能。

回溯展会全程，从 9 月 2 日启幕到闭幕当日，国家会展中心（上海）的 2.1 馆、3 馆与北馆内始终人气鼎盛。652 家来自全球 7 个国家和地区的实力展商在此集结，既有伴随 CHIC 共同成长的“老朋友”，也有首次参与即带来亮眼表现的新面孔。他们带着覆盖服装全产业链的创新成果，精准呼应“新智造、新产品、新场景”三大核心关键词，让展馆成为展现中国服装产业创新活力的生动窗口。

三大展馆各有特色，共同构建起多元立体的产业展示平台。北馆的“CHIC 之选”展区堪称“中国制造”的精华缩影，二十余家行业顶尖品牌在此集中亮相，凭借精湛的制作工艺、前沿的可持续设计理念，彰显“中国制造”的新高度；2.1 馆聚焦“服装全品类一站式采购”，六大展区亮点纷呈——户外运动装备展区将功能性面料与潮流设计巧妙融合，推出适合多场景穿戴的新品；时尚定制展区以个性化服务为核心，呈现高定工艺与现代审美的碰撞；智能制造与数字化解决方案展区实战演示引人驻足。此外，新疆、平湖、绍兴等十余个产业集群组团参展，集中展现区域制造优势与协同创新能力。3 馆则是创意与商业的交汇之地，“设计力量”与“配饰鞋包”两大展区汇聚众多独立设计师与原创品牌，为创意落地与资源对接搭建起高效桥梁。

除了丰富的展品展示，展会期间的配套活动同样为行业带来满满价值。CHIC 精心打造的全天候高精度商贸对接会，覆盖买手店专场、海外买家对接、抖音达人合作等多元场景，通过提前匹配供需信息，助力展商快速触达目标客户，不少企业在对接会后当场达成合作意向，为后续订单落地奠定基础。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、知名设计师、供应链专家与资深买手齐聚一堂，围绕热点话题展开分享，用实战经验与前沿观点为从业者答疑解惑，推动创意真正实现“被看见、被买走”。更有由头部时尚博主组成的“时尚体验官”团队穿梭于展馆之间，用镜头记录展会亮点，将优质产品与创新设计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，为参展品牌带来更多曝光。

闭幕当日，展馆内的道别声与约定声交织，不少展商与买家仍在展位前热烈交谈，交换联系方式，敲定后续合作细节。据统计，本届展会吸引了超过 10 万名来自全球的专业买家，无论是扎根上海及周边的本土企业，还是远道而来的东南亚、欧洲、北美等海外买家，都对此次参展体验给予高度评价，“收获远超预期”“找到多家优质合作伙伴”“看到行业未来趋势”成为大家口中的高频词。

从确定“秋日野餐”主题，到设计充满自然气息的视觉形象、布置互动感十足的展位空间；从精准邀约海内外买家，到策划丰富多元的论坛活动，再到展会期间提供引导咨询、翻译协助等细致服务，CHIC 团队与合作伙伴始终全力以赴，用专业与热情保障展会每一个环节顺畅运行。媒体记者则以文字、图片、视频等多种形式，全方位记录展会盛况，深入解读行业动态，让 CHIC 的影响力跨越时空，触达更多未能到场的从业者。还有默默奉献的志愿者们，在入口引导、展区指引等岗位上坚守，用微笑与耐心为大家提供帮助。正是这份“同心同行、共情共鸣”的合力，让 CHIC2025（秋季）不仅是一场商贸展会，更成为一次行业温情的传递与凝聚。

相聚的时光虽短，留下的情谊与机遇却绵长。CHIC2025（秋季）以“见面”为纽带，让全球服装人跨越山海与距离，在真实的交流中建立信任、发掘商机、共探趋势。未来，CHIC 将继续深耕纺织服装产业，不断创新展会模式，优化服务体验，为行业搭建更优质的交流合作平台。来年春暖之时，期待与所有同行者再次相聚，在热爱的行业里继续并肩前行，共同书写中国服装产业的新篇章！

创新催化产业变革，合作共创无限机遇

2025Yarn Expo 秋冬纱线展圆满落幕

9月4日，为期3天的2025中国国际纺织纱线（秋冬）展览会（以下简称：2025Yarn Expo 秋冬纱线展）圆满落幕。本届展会不仅是一场纺织源头的行业盛会，更是推动纺织产业链各环节转型升级的“创新催化剂”与“商业合作加速器”。

在三天的展期里，这里见证了科技创新与产业转化的深度碰撞。生物基纤维、碳捕集纤维、智能温控锦纶、化学法及生物酶法再生技术……这些突破性创新不仅展示了行业的科技创新实力，更引领着下游企业向着“科技、时尚、绿色、健康”新定位稳步迈进。当科技火花在这里碰撞成产业化成果，当合作意向在这里转化为实际行动方案，2025Yarn Expo 秋冬纱线展不仅是产品展示的窗口，更是商业合作的枢纽，为供需双方搭建起通往全球市场的快速通道。

高精尖新品层出不穷 展现源头创新实力

纤维，是纺织产业的创新DNA；纱线，是时尚与功能的起点。从一件舒适的运动服到一套智能温控的家纺产品，从可持续的环保服饰到高强度的工业用材，每一次纺织行业的革新，都始于纤维纱线创新的突破。展会现场，高精尖新产品、新技术层出不穷，展现纺织源头创新实力，重新定义下游纺织品的应用边界。

作为集产学研为一体的现代化生物制造企业，黑龙江伊品新材料有限公司展示了再生植物、淀粉、EYLON伊纶®切片、EYLON伊纶®纤维，以及采用EYLON伊纶®纤维制成的面料、鞋服等全产业链产品。伊品生物新材料事业部总经理郑文昌表示，EYLON伊纶®纤维的回潮率约在5.5%，能提供更均衡的干湿平衡效果，无论是运动挑战、都市通勤还是户外探索，EYLON伊纶®



展会现场。

纤维都能赋予面料轻盈透气的性能，让穿着体验更加自在清爽。

作为行业领先的化学法循环再生聚酯企业，浙江佳人新材料有限公司以创新实力诠释“纺织品到纺织品（T2T）”的循环理念。本届展会重点展示的佳人化学法再生ECO NF-DWR(无氟防泼水纤维)，无氟环保，荷叶级防泼水与速干特性，适用于各类户外装备与功能性服饰；佳人化学法再生涤纶弹力仿棉，采用废旧纺织品为原料，有效减碳，广泛用于瑜伽服、T恤及运动外套、家居家纺等；佳人化学法再生抓绒，蓬松柔软，锁温保暖且不易起球，为户外运动与日常生活提供环保保暖新选择。

浙江世纪晨星纤维科技有限公司带来了锦纶6FDY/DTY/POY、锦纶6氨纶空气包覆丝，以及粘胶纯纺和各类混纺纱线，展位上，来往人流络绎不绝，公司全品类、一站式采购服务，全方位满足下游面料企业的原料诉求。

商贸氛围浓郁实效显著 促成多元合作共赢

三天的展会期间，现场人潮涌动，商贸洽谈气氛热烈。来自全球各地的参展商与采购商积极交流，寻求合作机会。高效精准的商贸对接，不仅为企业带来实际的经济效益，更加强了产业链上下游的紧密联系，推动纺织产业协同发展。

作为新疆首个混纺涤纶企业，新疆源峰纺织有限公司在2025Yarn Expo 秋冬纱线展期间颇有收获。公司携涤纶纱、粘棉纱两大核心混纺产品重磅亮相，公司副总经理林兴表示，当前企业产品订单已排至10月中旬，市场需求持续旺盛。此次展会的积极进展，进一步印证了企业产品与模式的市场认可度，展会结束后，公司将针对意向合作企业开展

精准跟进，加快推动商贸合作落地。未来，企业将继续以商贸合作为纽带，在深耕自身发展的同时，依托新疆本土产业优势，助力区域棉纺产业链培育完善，为更多合作伙伴提供优质产品与服务，持续拓展商贸合作版图。

本次展会中，滨州市纺织行业协会打造“参展拓市+观展

寻机”的商贸联动模式，不仅首次组织魏桥创业、愉悦家纺、华纺股份等6家特色企业以集群形式亮相本届联展，还同步联动52名会员单位代表集体参观了2025Yarn Expo 秋冬纱线展，形成供需对接的活跃态势。观展的会员单位代表聚焦商贸资源整合，通过展会直击市场动态，高效对接上下游供应商与采购方，深度挖掘代工合作、原料采购等合作契机，与诸多纤维纱线企业达成深度合作意向。

丰富活动启迪未来之变 引领行业发展方向

作为纺织源头国际性专业展会，2025Yarn Expo 秋冬纱线展不仅是产品展示、商贸对接的平台，更是思想碰撞的磁场与趋势发源的高地。展会同期，举办了近30场专业活动，为行业发展树立了高质量发展风向标。

当纺织行业变革的浪潮汹涌而来，如何精准把握趋势脉搏？柯昆·中国纤维流行趋势2025/2026通过集中展示四大篇章“纤·境界、纤·破界、纤·跨界、纤·无界”及八大类30种入选纤维，呈现了一场视觉、环保、科技、艺术与时尚融合的纤维盛宴。

当科技、时尚、绿色、健康成为竞争核心方向，下游企业如何将新材料、新技术融入研发创新，推动上游创新成果落地转化？“纤维新视界—纺织材料创新论坛”上，高校教授、行业企业专家等通过科学严谨的数据分析及深入浅出的讲解对中国纤维流行趋势入选产品、绿色可持续纤维、时尚功能性纤维等高端产品进行深度解读；“新纤维视界、价值重塑”主题论坛上，多家具有研发创新能力的领军企业分享了公司从产品研发到应用拓展的实践案例。

如何提升展会实效，推动技术成果与市场应用无缝精准对接？展馆内，企业产品发布会、直播逛展、贵宾买家洽谈区对接等精彩活动缤纷呈现，在Yarn Expo 纱线展云展的加持下，全面呈现中国纤维厚植高质量发展的新动能与新趋势。

2025Yarn Expo 展会虽已落幕，但创新永不止步，更多合作刚刚起步。三天展期所迸发的科技火花、达成的商业共识、凝聚的行业智慧，正在转化为推动纺织行业向高端化、智能化、绿色化迈进的实际动能。以本届展会为新的起点，采供双方将带着展会带来的灵感与机遇，继续在高质量发展的道路上前行，以创新催化产业变革，以合作共创无限机遇。

聚焦“心”消费，智尚新未来

2025 PH Value 秋冬针织展圆满收官

2025 PH Value 中国国际针织（秋冬）博览会已于国家会展中心（上海）圆满落下帷幕。在三天的展期内，近200家展商与数以万计的专业观众共聚一堂，在14000平米的“针织世界”中交织出针织产业新图景。

漫步展馆，从UPW、CKRC、岛合、杉佳、貂帅、圣奈尔、卡伊拉、金色年华、亚琦、三枪、铜牛、贝德等龙头企业的前沿产品，到濮院、大唐、清河、青山湖、盐步等特色集群的组团亮相，从AI设计工具赋能“研产销”到跨境商贸精准对接——本届PH Value 秋冬展不仅呈现了产业链的蓬勃生态，更以实实在在的订单与趋势洞察，为行业迈向“十五五”注入了坚定信心与时尚活力。

立足前沿 奏响新质交响曲

每届的PH Value 展不仅是企业发布年度新品、展示核心技术的首选平台，更是行业“科技融入产品、设计回应需求”的最佳演绎。展会上，围绕“臻品智造”、“肌理诗篇”、“型动空间”、“材料美学”四大主题展区，各家针织品牌和制造商用最“硬核”的前沿产品奏响了针织产业“科技、时尚、绿色、健康”新质交响曲。

UPW 一直以来专注于生产兼具设计感、奢华感与环保属性的纱线。本届展会现场，UPW 针对传统品牌面临转型阵痛、运动服饰“黄金赛道”持续走俏的市场趋势，展出了季度新品：干爽羊毛系列，以消费者的多场景穿搭需求为导向，开发8%—100%不同阶梯羊毛含量的产品，为客户提供了丰富的开发选择，重新定义了四季纱线的应用，备受好评。

“这款由专业设计师打造的瑜伽服运动系列，不仅注重时尚感，还特别强调舒适性和功能性，采用高弹性面料，能适应不同体型的需求，深受市场好评。”贝德服装集团股份有限公司销售中心总监陈伟明介绍，集团通过国际化布局，已在老挝、柬埔寨、缅甸、埃及等地设有现代化生产基地，希望通过展会能寻求更多优质供应链，抱团出海。

北京铜牛集团有限公司副总经理来静仪介绍，本次参展就是想集中彰显品牌矩阵布局与综合实力。其中，《福祿》家居服甄选航天120支液氨抗菌长绒棉，并将万宝葫芦纹样绣上衣身，把传统纹样与现代工艺融合，文化赋能产品新价值。

展会上，无缝精纺可机洗抗菌羊毛产品，以“抑菌抑味+隔热防晒”于一体的防汗渍速干T恤，融合防滑、速干材料和人体工学设计的运动袜，超细100%骆驼绒、华绒发

热纤维以及“原纱抗菌”等技术和产品，琳琅满目、令人“眼”接不暇。

集群组团亮相 打响区域品牌

产业集群作为针织产业不可或缺的中坚力量，此次参展不再止于“规模展示”，更强调“品牌叙事”和“数智服务”，以抱团参展的形式，发出了区域品牌最强音。

濮院展团不仅带来十余家企业联合展出，更重点推介了“濮院毛衫数字贸易平台”，发布“濮院优选”，展现数字化营销与品牌化转型新路径。

大唐袜业以“袜艺馆”形式集成亮相，发布2026/27中国袜品流行趋势。清河羊绒展团、大朗展团则重点展示了其在羊绒、毛衫上的品质提升与差异化发展上的最新成果。

小榄、盐步、普宁内衣展团通过聚焦内衣细分领域，全面展现差异化、功能化、舒适化的创新实力。

此外，中国针织时尚创意中心（CKRC）联合8家特色企业代表共同组成针织时尚创新联合展团亮相，展示了“小而美、专而精”的创新产品与多元时尚。

商贸精准对接 实效“远超预期”

为了让商贸更高效，2025PH Value 秋冬针织展不仅精心组织了跨境电商专场、海外采购商专场、特邀品牌专场以及设计师&女装品牌等四场商贸对接专场活动，还成功吸引了鄂尔多斯、赢家、安莉芳、全棉时代、雅莹、爱慕、北极绒、太平鸟、例外、猫人、格莱默、赛朵、喜得、傲泰、四慧新能、慧普特、宇轩等知名品牌买家与跨境电商，以及来自哥伦比亚、委内瑞拉、俄罗斯、印度、塞尔维亚、澳大利亚、斯洛伐克、巴基斯坦、阿富汗、意大利、摩尔多瓦、孟加拉国等12个国家的海外实力买家携明确采购需求而来，在两天内完成了323场精准商贸对接，向行业递交了一份沉甸甸的商贸“答卷”。

“PH Value 针织展更专业更权威，非常契合公司的发展理念和品牌定位，因此我们每年两季都参加，每次的展出成果都远超预期。”际华三五四三针织服饰有限公司业务经理周伯洲介绍，际华始终以功能防护性面料为核心研发方向，产品覆盖常规校服、品牌休闲/功能运动服、高端商务及工装等多元场景。“我们始终将面料的研发与客户的独特功能需求高度同步，如我们将传统‘三明治’空气层结构升级研发出五明治、七明治多层



展会现场。

结构，让保暖更轻薄，这个系列产品深受市场好评。”

“这次我不仅找到了心仪的合作伙伴，更依托展会平台，实现了资源互补，储备了多家优质供应商。如UPW推出的新型纱线，以及一些展商的拉毛工艺的特殊产品，与我们很是互补。”鄂尔多斯羊绒服装集团设计总监蔺奇伟介绍，“每次观展不仅加强了与同行的交流与合作，了解了行业最新发展趋势，更能达成多项意向型商务需求，实现高效对接。”

活动丰富多元 趋势引领未来

PH Value 针织展作为行业趋势发展的“风向标”和产业转型的“助推器”，不仅是有效连接供需双方的平台，更是趋势引领、新品发布、思维碰撞，实现产业链协同创新的大舞台。

中国针织产品流行趋势展区共有300余件针织产品展示，以“融界·织护”为主题，采用“1+3”展示架构，核心展区聚焦“职业装+智能科技”。

2025中国国际针织（秋冬）博览会大唐袜艺馆开馆仪式暨2026/27中国袜品流行趋势发布秀、濮院毛衫数字贸易平台推介暨濮院优选发布秀等6场重磅活动更是将气氛拉满，全面展示了针织时尚跃升之路。

当下，时尚针织已步入“心时代”，不仅需要科技与智造，更要读懂消费者的心声，洞察消费变革和市场需求。2025PH Value 秋冬针织展恰如其分地扮演了“桥梁”角色——链动数智制造与消费趋势，协同产业链上下游，推动中国针织从“规模优势”走向“价值优势”。

从材料美学的科技突破到秀场上的时尚潮品，从数智供应链的柔性升级到国际买家的认可目光……PH Value 针织展再一次证明，针织不仅是温暖的制造，更是消费的联结。

盛会有期，商贸不息！

2025intertextile 秋冬家纺展圆满闭幕

8月22日，2025中国国际家用纺织品及辅料（秋冬）博览会圆满收官。

在为期三天的展会中，国家会展中心（上海）四大展馆的广阔空间被络绎不绝的人潮所填满，“科技、时尚、绿色、健康”的创新浪潮在此汹涌澎湃，功能性面料与引领家居审美的设计“硬通货”齐聚一堂，令人眼花缭乱。参展商们纷纷亮出王牌产品与核心技术，海内外展团携手发力，特色精品彰显出强大的集群力量。数万名专业观众穿梭其间——名片如雪片般交换，眼神在优质产品前闪亮，订单在一次次坚定的握手中落定。

思想的激流同样澎湃——本届展会焕新推出的NextGen科技新生力、Palette设计新势力、Connector产业融合力、Go-Green绿色循环力四大主题活动板块，以及十余场精彩纷呈的活动之中，“实战派”们凭借前瞻性眼光，输出深刻的思想洞见，助力企业视野升维，在市场中精准捕捉最具价值的行业趋势与商业机会。

商贸火力全开 精准链接引爆订单热潮

2025 intertextile 秋冬家纺展不仅是家纺新品的展示舞台，更是全球采购需求的聚合枢纽，使供需两端的热情在展馆内持续升温，碰撞出无数合作火花。

展会主办方今年继续加大对全球买家的邀约力度，以精准的配对机制为核心引擎，以专业、务实、高效为服务理念，提前洞察产业链供需痛点，高效链接优质供给与精准需求。展会现场，商贸对接持续火热，采供双方在定向邀约、预约洽谈及精准荐展中实现高效互动。

商贸始终是展会的核心动能。本土品牌与区域采购团的集中对接夯实内销根基，海

外买家团的专场洽谈拓宽出海通道，东南亚等重点市场的需求与国内优质供给精准碰撞，多层次的对接场景让不同类型的合作需求都能找到落地路径。

特设的商贸对接区、贵宾买家休息室等精准活动区接连引爆洽谈热潮，来自全球的专业买家与优质展商精准碰撞，在深入的对话中快速锁定合作契机，彰显出2025intertextile 秋冬家纺展无可替代的商贸聚合实力。

需求碰撞升温 商贸实效引领行业共振

在这场家纺展上，巨大的商贸需求被生动具象：随处可见三五成群的洽谈身影，电脑屏幕上跳动着报价单，计算器按键声此起彼伏，合作意向在频繁的点头与爽朗的笑声中悄然萌芽、生长。

惠州华盛家庭用品有限公司的张春霞谈及参展感受时，言语间满是认可：“生物基系列和海洋环保系列聚氨酯海绵及其制品是我们的特色优质产品，这次还特别推出了具有凉感效果的枕头，希望从舒适健康的角度为消费者带来良好使用体验，没想到这系列产品引起了很多观众的兴趣，真要为展会点赞！”

深耕丝绸领域多年的杭州华颖丝绸有限公司，与家纺展有着深厚的渊源，董事长邓华强介绍道：“我们有近40年丝绸从业史，做外贸也近20年，每年都会来家纺展。目前企业专注阿拉伯市场的细分领域，还承担着非遗‘杭绸’的保护工作，与博物馆、高校都有合作。这次参展，就是希望能接到新订单、展示企业形象，借展会平台进一步拓展企业规模。”

埃及家纺出口委员会执行总监 Amr Saleh 则通过展会找到了新的发展机遇：“本次参展让我们结识了来自拉丁美洲、俄罗斯等全球各地的优质买家，更令人惊喜的是，通过与出口美国的中国贸易商接洽，我们发现了新的增长路径。对我们而言，这个展会既是展示埃及家纺产品的绝佳窗口，更是搭建国际采购渠道的宝贵平台。”

展会的专业价值，也得到了采购方的高度认可。泰国某知名酒店连锁集团亚太区采购部负责人赵女士表示：“展会上有众多研发实力突出的优质品牌，他们不仅能提供全面的酒店软装解决方案，还能精准预判客户需求，产品在环保性和功能性上也展现出显著优势，这无疑是亚太地区难得一遇的优质采购对接平台。”

意大利 F.lli Carillo Tarde srl 的 Mr. Pasquale Carillo 同样收获多多：“本届 intertextile 秋冬家纺展令人印象深刻，我们与来自中国、印度、巴基斯坦和土耳其的多家供应商进行了接洽，尤其对中国供应商的产品质量和生产能力非常满意。展会期间，我们成功签订了新合同，还结识了一批实力强、水平高的新供应商。”

展团精锐尽出 硬核实力彰显集群特色

本届家纺展上，国内外家纺产业集群携特色产品亮相，展现中国制造深度与广度，也带来全球合作机遇。

国内展团中，海宁家纺180余家企业以1.4万平方米规模参展，聚焦创意设计与品质，汇聚新品技术，客商往来不息；临平家纺第25次组团，近百家企业占据7000平方米空间，带来订单增量与行业信心；桐乡近80家企业携新设计参展，未来将推动企业向智能化、绿色化转型；绍兴100余家企业涵盖多品类，突出功能性与可持续性，“柯桥优选”增强区域竞争力；吴江31家企业覆盖高低端市场，依托完整产业链布局全球；长兴企业携全涤磨毛布及抗菌、阻燃面料，开拓海外市场。

海外展团同样亮眼。比利时6家高端企业参展，展现室内纺织品领域领先实力；土耳其企业展多元创新产品，推动绿色制造，吸引买家下单；葡萄牙、埃及、日本展团也带来特色产品。多家海外展商表示，不仅收获中国订单，还对接了拉美、非洲新市场。

打通全球供应链与需求端，实现“聚一地而链全球”的平台价值，本届展会以强大的开放性与链接力，实现产业链全维度的价值共振。intertextile 家纺展所构建的不仅是一个展会，更是一个持续进化的产业基础设施——它见证趋势、催化创新、链接全球，赋能上下游企业高效对接，无数合作意向在此生根、订单在此达成。

盛会有期，链接无限。让我们沉淀收获，再度启程，共同就家纺行业更加辽阔与绚丽的未来！

创新引领，携手共绘可持续未来

CINTE25 在上海圆满收官

超强阵容、尖端汇聚、国际绽放！作为中国产业用纺织品及非织造布行业发展的晴雨表，第十八届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会（CINTE25）不仅汇聚了全球范围内的领军企业、创新技术与前沿产品，更以展会核心议题，搭建起行业交流与合作的高端平台，吸引众多海内外专业观众跨越山海、探寻商机、共话发展。

产业千帆竞发，创新破局争辉。9月3—5日，由中国纺织工业联合会指导，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国产业用纺织品行业协会和法兰克福展览（香港）有限公司共同承办的第十八届中国国际产业用纺织品及非织造布展览会（CINTE25）在上海新国际博览中心举行。

本届展会以“创新引领 可持续未来”为主题，在三大展馆、32000平方米展览面积内，汇聚了十余个国家和地区的300余家产业用纺织品及非织造布领域专业展商同台竞技、共启新程。

创新引领，科技绿色交融

开幕首日，海外展区的Autefa Solutions、Dr Karl Wetekam GmbH、Dupre Minerals Ltd、Serel Industrie、泰和新材、北京邦维、浙江蓝天海、陕西元丰、中维化纤、江苏阜宁展团、南京玻纤院等企业展位，以及“产业用纺织品行业‘十四五’创新成果”、汽车用纺织品、创新走廊、全国非织造教育教学成果等主题展示区格外引人注目，CINTE2025创新产品发布、“纳微超纤、无限可能”——全球首款原位染色闪蒸非织造布新产品发布等重磅活动引爆全场。

在邦维展位，展位负责人表示，“纳米纤维膜材料”发展正当时，未来五年将迎来快速发展。位于产业链上游的中维化纤则重点展示了尼龙66常规高网络工业丝、尼龙PA66安全气囊丝等高性能纤维。

Dr Karl Wetekam GmbH 可提供医疗、服装等用途的单丝纤维，专注该领域数十年的他们是首次到中国市场尝鲜。除了产品，他们还希望传递其环保和工匠精神。在芳纶领域占据重要地位和优势的泰和新材，希望借助特种化纤竞争力的不断增强，为工人做好最后一道防护。陕西元丰与当盛新材同样借以新材料优势，积极构筑生命防线、护航安全生产生活。

金三发、河南逸祥、稳健医疗、必得福等非织布企业，除了推出呵护人们日常生活的最新湿巾、干巾、柔巾、湿厕纸等制品，

更展示了用于公共卫生防护的高端医疗用复合材料。

车用纺织品是本届展会中的亮点之一。把汽车内饰卖到全球的上海申达，本次重点展示了用于汽车发动机舱、顶棚、主地毯、后备厢、挡泥板等用途的产业用纺织品，各部件以拼图形式还原应用场景。

在海外展区，Proton Products International

Ltd、Serel Industrie SA、Dr Karl Wetekam GmbH、Dupre Minerals Ltd、Michelman Inc and Huamao Co Ltd (Vietnam)、Vietnam Geotextile JSC 等新企业分别展示了涵盖高性能材料、绿色制造及智能检测等领域多项创新产品与技术，充分体现了展会在推动产业技术创新与可持续发展方面的前沿成果。此外，Michelman 的 Unyte® 水性乳液（应用于医用巾）和 JCT Industries 的高强度、高模量 PVA 纱线荣获“2025 创新产品奖”。

火爆商机，成就展会价值

火爆现场，机遇如潮！在CINTE现场，各展位前洽谈活跃、人气高涨，一派生机盎然、朝气蓬勃的产业图景在此徐徐铺开。

在这里，“下单”是展会最直观的价值体现。“这款最短交期是多久？”“能满足定制化需求吗？”“价格是否还可以商量？”……众多来自国内外的专业观众和采购团队在各个展位间往来穿梭，围绕产品性能、价格体系、供货周期等核心议题进行交流。这一切无不预示着：商贸需求在最为简洁的沟通中得以传递，意向合作在最为便利的通道中顺利达成。

纵览展会，交易密度最大莫过于买家团集中采购及商贸对接会。组团观展的全球专业买家、采购团，不断掀起商贸对接的高潮，现场交流踊跃，采购与洽谈意愿强烈。

值得关注的是，海外专业观众代表团表现尤为突出，近60位代表专程从亚洲、欧洲、非洲、美洲及中东的二十多个国家和地区远道而来，包括美国、德国、意大利、瑞典、摩洛哥、印度、巴基斯坦、韩国、马来西亚、印度尼西亚、伊朗、阿联酋、土耳其、也门、阿尔巴尼亚、阿根廷、智利、卢旺达等。他们的积极参与充分彰显了展会在全球范围内的广泛辐射力和强大的国际吸引力。



展会现场。

立足前沿，拓展产业边界

展会不仅是产业发展、技术动态的晴雨表，更是新品发布、思维碰撞的竞技场。在CINTE25精心规划的主题会议区，第十三届中国国际非织造布会议（CINC2025）、CINTE25展会创新产品发布、2025年中产协非织造绿色发展专业委员会年会暨非织造行业绿色发展技术交流会等丰富多元的会议活动，带领专业观众洞察技术趋势、行业未来。

今年展会突破往届形式，推出六场主题鲜明的“专家看展”活动——特邀多位资深专家组成观展团，聚焦医疗卫生、安全防护、过滤分离、汽车用纺织品和篷帆材料等重点领域，深入解析产品背后的技术创新与应用价值。

特色展区，勾勒创新图景

CINTE25期间，多个展区以“创新引领”展示新技术、新产品。

产业用纺织品“十四五”创新成果主题展示区系统梳理行业“十四五”期间的创新成果，向70余家单位征集了135项展品；CINTE2025创新产品展区展示了15款创新产品；“创新走廊”展区则聚焦了8家专精特新企业及其带来的新技术、新产品。

同时，CINTE25致力倡导“可持续未来”。贯穿展会全场，展位用材、生产工艺、产品设计无不传递着产业与环境和谐共生的发展理念，“非织造绿色发展成果展区”则更直观地展现了CINTE25对可持续发展的深刻诠释。

“全国非织造教育教学成果展示区”展示了非织造教育院校、非织造大赛获奖作品等，这是行业协会托举设计新锐，为推动科技、教育、人才产教深度融合而做出的重要尝试。TA



展会现场。



柯桥企业用色彩激活愉悦，用功能传递安心，用文化构建认同。

情绪消费浪潮下， 面料如何承载治愈力？

柯桥企业的破局实践侧记

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

2025 年，我国盲盒市场规模预计达 580 亿元，占全球份额 65%，年复合增长率 28%。这组数据的背后，是年轻一代消费逻辑的深层转变：从“需要什么买什么”的功能导向，转向“能带来什么感受”的情感驱动。他们愿意为“即时快乐”“精神疗愈”支付溢价，而服装作为与身体高频接触的载体，其面料正成为传递情绪价值的核心媒介。

当“摸起来舒服”“看起来开心”“穿起来有归属感”成为新的消费评判标准，传统面料企业单纯强调“耐用”“便宜”的逻辑已显乏力。如何让面料从“物理材质”升级为“情绪



载体”？近日，《纺织服装周刊》记者走进中国轻纺城市场，发现柯桥企业已率先跳出传统供应链思维，探索出情绪消费趋势下的创新路径——用色彩激活愉悦、用功能传递安心、用文化构建认同。他们的实践，或许能为行业转型提供有价值的参考。

色彩与趣味：用视觉符号激活即时愉悦

人类对情绪的感知，往往始于视觉。在情绪消费时代，面料的色彩、纹样不仅是装饰，更是能直接触发喜怒哀乐的“开关”。对于年轻消费者而言，一件衣服的颜色甚至能成为当天心情的“宣言”。

深耕纺织行业 20 余年的“雪中马毛皮”，对此有着敏锐的洞察。这家专注高中档时尚毛皮及皮毛一体产品的企业，将目标锁定 20—40 岁年轻女装市场——这一群体既追求个性表达，又格外注重产品所能带来的情感体验。“传统毛皮面料总绕不开大地色系，经典但也保守。”总经理刘香娥直言，年轻人需要更“敢”的色彩。

于是，“雪中马毛皮”打破行业惯性，引入多巴胺色彩理论构建“情绪色谱系统”：粉色的热烈对应“活力感”，蓝色的明快适配“松弛感”，黄色的鲜亮传递“治愈感”……

这些高饱和色通过环保染色工艺与貂毛、兔毛结合，既保留毛皮的天然柔软，又让色彩成为情绪的发声器，满足了年轻消费者在不同场景下的情感表达。

除了色彩，潮玩元素的融入让面料更具“情绪黏性”。在“雪中马毛皮”的门店，Labubu 潮玩形象与毛绒面料陈列在一起，并非偶然——企业约 30% 的毛绒面料应用于玩具市场，这一数据直接重塑了设计逻辑。“年轻人对潮玩的热爱，本质是对‘情绪价值’的追求。”刘香娥解释，将潮玩的萌感、时尚感注入面料设计，比如在兔毛面料上做渐变绒毛，模拟潮玩公仔的触感，既拓展了面料应用场景，更精准击中了潮玩爱好者的情感共鸣点。

此外，服装品牌实现服装、包袋、配饰的成套情绪化设计，也为“雪中马毛皮”打开了更广阔的产品市场。在如今的时尚消费领域，消费者越来越追求整体造型的协调性和独特性，成套的情绪化设计正好满足了这一需求。“雪中马毛皮”已与众多服装品牌展开合作，为其提供具有情绪价值的毛绒面料，共同打造成套的时尚产品。

舒适与功能：以无负担体验传递安心感

如果说色彩是情绪的“开胃菜”，那么面料的舒适度与功能性则是情绪的“主餐”。在快节奏的当下，年轻人追求“精致懒”——既想要高品质，又渴望“少操心”，这种需求投射到面料上，便是对“无负担体验”的极致追求。

“减少护理时间、降低使用门槛、提升穿着愉悦感，面料的舒适度与功能性直接影响着消费者的复购率。”向洋布庄总经理王丹佳道出了舒适度、功能性与情绪的深层关联。这家位于东市场的企业，专注日常休闲服饰面料研发，其核心逻辑是：让面料“懂”消费者的生活痛点。

针对不想花时间护理的诉求，向洋布庄推出了“懒人友好”面料：针对年轻一代对服饰“便捷易打理”的期待，向洋布庄推出了具备可机洗、易平整、带记忆性等特性的面料。可机洗方便日常护理，省时省力；易平整省去繁琐熨烫，保持整洁；带记忆性则让面料久穿久洗仍能恢复版型，保持良好形态。

而“多场景适配”则进一步强化了“安心感”。对年轻消费者来说，一件衣服能适应多场景，无疑是高效生活的优选。王丹佳提到，上半年热销的四面弹系列备受青睐。这类面料弹性出众，可向各个方向自由伸展，在



日常行走、运动健身或其他活动时都能为身体提供充足活动空间，能让人尽享自在。这种对无拘自由的追求，恰是年轻群体情绪消费的鲜明体现，而弹力面料的热销，也印证了其广阔的市场潜力。

今年向洋布庄提前上市的“青柠棕”轻量化面料，更是将“减负”做到了极致，不仅是物理上的，更是心理上的。这款产品重量极轻，穿上后几乎感觉不到压力。而且，它适用于制作套装、防晒服、短裤等多种服装款式，能够满足年轻消费者在不同季节和场合的穿着需求。

在年轻人情绪消费的大背景下，向洋布庄通过提升面料的舒适度与功能性，精准地击中了年轻消费者的需求痛点。无论是适配多元场景的日常实穿性面料还是轻量化创新产品都为消费者带来了无负担的穿着体验，也为自己在激烈的市场竞争中赢得了一席之地。

文化与认同：借传统符号构建情感联结

比即时愉悦、身体舒适更深层的情绪需求，是“找到自己”。在多元文化交织的当下，年轻人渴望通过服饰表达自我认同，甚至找到“同频”的群体——而面料的文化符号，正成为这种情感联结的纽带。

“国风面料的兴起，从传统马面裙到新中式风格，这一现象背后，是当下社会对自身文化的自信以及强烈的文化认同感。”妍锦纺织总经理施秀华的这句话，点出了文化类面料的情绪内核。作为国风面料领域的新兴力量，妍锦纺织的破局点，是让传统面料“活”在当下，成为年轻人表达文化自信的载体。

妍锦纺织不断通过精准的场景细分与功能优化，推动国风面料融入现代生活的各个维度，在保留传统马面裙面料的同时，大胆融入现代审美元素和实用考量，推出了更适合现代生活场景的改良新中式面料。

纹样是文化认同的“密码”。妍锦纺织的面料上，祥禽瑞兽、几何纹饰等传统图案并非简单复刻，而是与现代美学融合，既保留传统元素的辨识度，又适配现代审美。材质创新则让文化认同更“接地气”。传统服饰多用丝绸、麻布，价格高且难打理，限制了日常穿着。妍锦纺织则选用人棉、人丝等现代材质，既保留了传统面料的质感，又结合现代纺织技术开发出更易打理、价格更亲民的新型面料，使其得以“飞入寻常百姓家”。

今年妍锦纺织更是推出了蜀锦和刺绣系列。“蜀锦和刺绣工艺本身就充满文化张力，我们致力于让老工艺说新故事，才能让更多年轻人‘认’上它。颜色上，会突破传统的一些色调搭配，融入更多时尚且富有活力的色彩元素，如莫兰迪色系；花型方面，除了保留经典的传统图案，还会结合现代审美和当下流行文化进行创新设计，如蝴蝶、竹子等。目前，我们公司在紧锣密鼓地开发新品，力求为消费者带来独特创新的优质产品。”施秀华说。

从“卖面料”到“懂情绪”，柯桥企业的实践，勾勒出情绪消费时代面料行业的转型逻辑：不再是单纯比拼材质、价格，而是要将年轻人的愉悦需求、安心需求、认同需求，转化为可触摸的色彩、可感知的功能、可共鸣的文化符号，这或许正是纺织行业破局的关键。TA





以需求为起点，用市场驱动创新

专访新业达织造总经理张嘉炳

■ 本刊记者 唐小狄

从家庭作坊起步，新业达织造通过持续的设备升级与产业链整合，逐步发展成为年销售额达3亿元的现代化纺织企业。企业从最初的有梭织机逐步迭代至喷水、喷气织机，始终坚持制造环节自主化，以保障产品品质和快速响应能力。总经理张嘉炳于2014年大学毕业后接手企业，并于2020年进驻中国轻纺坯布市场，在柯桥设立门市部，借助当地产业平台优势，进一步拓展客户资源与市场份额。

在实现规模扩张与区域布局的同时，张嘉炳也为企业注入了新的管理思维与运营理念，他将“用结果来推导过程”的思考方式应用于企业运营。新业达织造以市场需求为起点，建立快速打样机制，针对客户对成分、环保及风格的需求，持续开发多组分功能面料。同时依托“前店后厂”模式，通过柯桥门市部精准捕捉市场动态、快速响应客户反馈，后端依托完整产业链实现制造环节的高效协同与全程可控，形成了从研发到量产的无缝衔接，构建起市场驱动创新、制造保障交付的运营闭环。

锚定需求，市场驱动研发创新

产品创新是企业持续发展的核心动力，新业达织造始终将客户需求作为创新的出发点，依托全产业链设备自有的优势，深度融合市场反馈与生产实践，持续提升响应速度与创新效率。企业建立了“快速反应打样机制”，可在24小时内完成样品开发，今年已经开发打样近200种产品。

据张嘉炳介绍，新业达织造目前的创新主要集中在纹路设计、原材料应用和织造方式三大方向。在纹路设计上，企业不仅注重美观性，更着眼于织物在实际使用中的性能表现，通过优化交织结构显著提升了面料的抗撕裂性。在原材料方面，为响应市场需求，新业达织造建立起涵盖GRS、FSC、RCS、TG和OEKO-TEX® STANDARD 100等多种认证的“环保再生认证体系”，系统推进可再生材料的应用与溯源管理。而在织造方式上，企业着力提升设备适配性与工艺灵活性，确保能够快速响应不同客户的机型需求，提供高效可靠的定制化解决方案。

作为“多组分面料制造专家”，新业达织造专注开发由涤纶、锦纶、天丝、人棉、莫代尔等多种纤维交织的复合面料。通过不同纤维的功能互补与结构创新，不仅有效改善了单一材质面料的固有缺陷，更创造出性能更优越、风格更多元的新型面料，显著提升了产品的附加值和市场竞争能力。

这些创新在实际生产中得到了充分体现。例如在生产一块具有起皱、起泡风格的面料时，该面料成分包含锦纶、天丝和氨纶，由于氨纶上色需要较高温度来保证色牢度，但高温又容易损伤锦纶的力学性能，影响面料整体牢固度，面对这一矛盾，张嘉炳带领团队基于织造方式的创新，提出将氨纶细化的解决方案。“我们尝试把40D氨纶改为20D，这样就能



张嘉炳

降低定型温度，既保住色牢度，又不伤锦纶强度”，他解释道，这一调整实现了产品质量的完美平衡，充分展现了新业达织造在工艺上的技术实力和创新成果。

前店后厂，数字化运营提升服务效能

新业达织造从上世纪90年代的有梭织机起步，逐步发展至喷水织机与喷气织机阶段，如今已实现“全产业链设备链自有化”，涵盖从母丝生产到成品坯布织造的全部环节。“为了控品和解决速度问题，所有前序工序都是自有的。”张嘉炳表示。目前，企业已拥有近800台织造机，员工300余人，扎实的产能基础为其全产业链布局提供了有力支撑，使企业能够严格把控品质，并快速响应市场需求。

2020年，新业达织造正式入驻坯布市场，形成“前店后厂”的运营模式。张嘉炳坦言：“选择这里，正是看中更大的平台与更丰富的客群。我们很多客人都在柯桥，设立门市部能够更迅速地响应客户需求，他们带一块样布过来沟通，当场就能一起研究改进方案。”这极大增强了企业与市场的互动效率。

在此模式下，企业持续探索更高效的客户服务方式。三年前，在张嘉炳的积极主导下，新业达织造推出了线上选择小程序。截至目前，该平台样品订单总额已突破10万元，几乎每日都有客户通过小程序浏览、搜索并下单样品。小程序清晰展示样品的成分、克重及工艺描述，部分热门样品还配有样衣图示，客户可通过关键词如品名、风格或成分精准筛选心仪面料，直接在线完成样品购买。

对于目前线上选择小程序的应用，张嘉炳表示：“我们推出这个小程序，就是为了打破选样的时空限制。哪怕客户在国外，也能实时查看我们的新品，仅凭图片就能敲定订单，这极大提升了双方的效率。”这一创新工具不仅缩短了客户决策周期，也进一步强化了新业达织造以数字化方式贴近市场、快速响应的运营模式。

展望未来，张嘉炳表示新业达织造计划向上游产业链拓展，甚至考虑自建原材料生产线，从源头把控品质。同时，他也将推进数字化工厂建设，打造可视化生产系统，让客户实时跟踪订单全流程，为每块面料赋予数字身份码，一扫即可了解成分、工艺，甚至预览成衣效果，极大提升选样效率和客户体验。TA

Focus / 聚焦

柯桥印染企业再登国家级绿色制造名单

近日，工业和信息化部公示第二批符合《印染行业规范条件（2023版）》企业名单，浙江七色彩虹科技有限公司、绍兴柯桥天宇印染有限公司等柯桥区18家印染企业成功入选国家级绿色制造名单。这是继今年首批14家企业入选后，柯桥印染产业再次获得国家级认可，标志着该地区产业转型升级取得显著成效。

据了解，《印染行业规范条件（2023版）》是工业和信息化部为引导印染行业高质量发展而制定的重要行业标准。该规范从企业布局、生产工艺、资源消耗、环境保护、安全生产等多个维度设立严格门槛，旨在推动行业向技术先进、资源节约、环境友好方向转型。入选企业需经过自主申报、省级审核、专家评审等多重程序，最终获得认定。

近年来，柯桥印染企业坚持以绿色发展为方向，积极实施技术改造和节能环保升级。作为老牌印染企业，天宇印染不断换绿提档，

大力推进绿色化改造，投入全新环保废气处理装备，使颗粒物、挥发性有机物等五项重点指标的处理效率达到95%以上。同时，企业通过建设光伏发电系统，将清洁能源补充应用于日常生产，进一步擦亮绿色制造品牌。

同样入选的绍兴明宇印染有限公司则通过自主研发高效纤维过滤定型机，实现了设备与环保双升级。新设备的投入年降低能耗30%至40%，还有效削减了传统净化装置的运维和人工成本，解决了传统静电工艺存在的火灾安全隐患，为企业安全绿色生产提供坚实保障。

此次18家企业入选国家级名单，进一步巩固了柯桥印染产业的领先地位。这批企业的示范效应将带动更多柯桥印染企业加快转型升级步伐，持续提升区域品牌影响力和行业竞争力，为全国印染行业高质量发展提供“柯桥样本”。（王耀祖）

设计赋能产业，柯桥纺织开启创产融合新范式

当设计师的创意画笔邂逅面料企业的精密织机，会碰撞出怎样的纺织产业新动能？近日，包蕾、雷傲、高源等八位深耕纺织设计领域的“经纬大师”，携全球色彩趋势、场景化设计方案等前沿理念，先后走进宇华控股、示献纺织、格沃纺织、德隆布业等18家柯桥本土优质面料企业。通过四场“2025柯桥天天时尚·经企交流汇”的精准对接，打破设计端与生产端的壁垒，搭建起一条高效衔接创意与制造的产业桥梁。

这场设计与产业的奔赴呈现出显著的双赢效应。一方面，设计师精准获取了适配品牌定位的优质面料资源，为后续创作开发提供了丰富材料；另一方面，面料企业借助设计师的专业视角与市场洞察力，进一步明晰了市场流行趋势与产品改进方向，加速了设计创意与生产制造的协同创新进程。据统计，活动期间设计师累计调研超百款，与十余家企业达成时尚发布、联名开发等合作意向，形成从创意构思到产业落地的完整闭环。

作为2025年经企交流汇的开端，此次系列活动以设计引领生产为核心，通过大师走企业、需求面对面的形式，让柯桥纺织业看到了产业升级的新路径。未来，随着更多“经纬大师”与本地面料企业深化联动，兼具环保理念与时尚创意的纺织精品将持续涌现，为柯桥纺织高质量发展筑牢动能支撑。（边吉洁）



“柯桥优选”展生动诠释了“好面料、柯桥造”的品牌价值内涵。

“柯桥优选”展亮相 2025 Intertextile 秋冬面辅料展

近日，“柯桥优选”展在2025 Intertextile中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会惊艳亮相，以集群之势强势演绎柯桥面料品质实力，充分诠释了柯桥纺织产业的鲜明特色与核心竞争力，生动诠释了“好面料、柯桥造”的品牌价值内涵。

本次“柯桥优选”展集结了来自179家柯桥企业近700款面料，将通过优选时尚、优选科技、优选绿色三大特色品类分区，呈现“柯桥优选”获选产品。参展面料融合了前沿设计与创新技术，集中展示了柯桥纺织从规模制造向品牌化、高附加值转型的最新成果，吸引了来自中国、俄罗斯、印度、泰国、韩国、哥伦比亚、荷兰等全球各地采购商和设计师近千人次的参观驻足，促成了近400次的线上线下咨询对接。

展会同期还举办了“2025中国服装品牌与柯桥优选企业精准商业对接会（第三场）”，艾莱依、波司登、太平鸟等27家知名服装品牌企业悉数到场，与20家“柯桥优选”企业进行对接交流。对接会上，面料企业累计收获了近500款面料的调样需求，近10家柯桥面料企业与品牌方在企业展位中进行了业务洽谈。本次对接会以便捷高效、深入沉浸、自由开放的形式，促成了创新要素的协同联动与合作共赢，打响了柯桥优质面料企业在时尚品牌中的知名度。

“柯桥优选”展区打造了一个展示推广柯桥优质产品的重要窗口，更是凝聚区域产业力量“强磁场”，通过集成企业创新、产品质量与品牌价值，柯桥持续深化产业集群建设，赋能面料企业增强核心竞争力与市场话语权。未来，“柯桥优选”项目计划以吊牌形式向服装、床品、窗帘等终端领域延伸，同时，该展区还将登陆巴黎、日本、德国等国际专业纺织展会，向全球传递属于中国纺织产业的“柯桥声音”。（唐小狄）



许村“布”局： 一块布的时尚跃迁

■ 本刊记者 郭春花

四十余载经纬交织，许村的“一块布”，早已焕化成窗帘布、沙发布、提花面料、国风面料与服装的风云际会，构筑的不仅是特色产业的集聚，更是一个以“布”为核的生态系统。

在广袤的纺织产业沃土上，一座小镇的名字如星辰般闪耀——海宁市许村镇。它不仅是产业的坐标，更是一个关于布匹、梦想与创新的传奇。

坊间流传这样一句话：“有做窗帘布的地方，就有许村人”。这朴素的赞誉，道出了许村在家纺江湖的分量——它早已将庞大的产业规模、密织的商业网络和深厚的文化底蕴，悄然织进了全球家纺版图的核心。

8月17—19日，2025海宁秋季家博会在许村举办，期间举行的2025中国纺织服装品牌大会发布了“许村提花面料”区域品牌价值，让这座“提花之城”，再次站在聚光灯下。

● 经纬筑基：织机声里的四十年

万物皆可纺，经纬织文明。回溯历史，海宁许村以“布”名动四方，“家纺家纺家纺”是这里最寻常的风景。

“我们小的时候，是听着织布机的声音长大的。”作为土生土长的许村人，镇党委书记许新峰对这片土地的纺织情缘有着最真切的体悟。

“记忆里的许村，曾是一个纯粹的农业小镇。”他的思绪飘回上世纪七八十年代，“父亲跑点小运输，母亲守着几分薄田，日子清简。直到八十年代初，临平被面市场的红火，点燃了许村人骨子里的敏锐与勤勉。”

当机遇叩门，许村人没有犹豫。凑钱买织机，两三台往堂屋一摆，那



哐当哐当的声响，便成了千家万户的“生计乐章”。

“那织机声，就是我童年最清晰的背景音。”许新峰笑言，老辈人说那声音像“印钞机”，话虽直白，却道出实情——他从小学到大学的学费，每一分都浸润着父母在织机前的劳作。在许村，织机早已超越了冰冷的工具，它承载着一代人的情感与希望——“这份对布的深情，外人或许难懂，却正是我们坚守四十年的根脉所系。”

九十年代，浙江许村被面市场拔地而起，零散的织机声终于汇聚成奔涌的产业洪流。沐浴在“四轮齐转”（镇办、村办、联户办、个私办）的政策春风下，海宁家纺产业迅速壮大。一时间，许村大地“家家织机响，户户织绸忙”，一派生机勃勃。

纺织产业的生命力在于与时代的同频律动。九十年代中期，许村人敏锐地转向了窗帘布、沙发布的生产。在这场转型中，一批家纺布艺企业的事迹堪称典范。

1997年，海宁的龙头企业玛雅布业投身现代沙发面料，凭借独到的设计与过硬的品质，赢得了海外客户的青睐，订单纷至沓来。此后，更以“敢织万色、不设边界”的魄力，坚定走向多元市场。

而宏达高科控股股份有限公司，面对海外面料的垄断，仅用两年就啃下了技术硬骨头，以“敢啃难题、敢打硬仗”的精神，研发出质效价宜、媲美国外的产品，一举打破桎梏。

“许村人骨子里就爱钻研，遇见好机器、好设备、好设计师，看见好产品，那股子孜孜不倦的劲儿就上来了。”许新峰坦言，这份灵活与进取，源于对市场的精准洞察，也是产业升级最朴素的逻辑。

从个体作坊的星火，到小企业的集聚，再到如今恢宏的产业集群，许村家纺在市场的浪潮中完成蜕变。宏达的经编、玛雅的中高端沙发布、千百惠的窗帘布……近200家规上企业引领航向，无数小微企业如同毛细血管，深植于产业链的每一个环节，共同织就了这片繁盛的产业森林。支撑这四十余载风雨兼程的，正是许村人勤劳、坚韧、活力与创新的本色。



● 时尚破圈：科技和非遗铸就新传奇

当国风的浪潮奔涌而来，目光敏锐的许村人再次踏浪而起。

2023年，“马面裙”等新中式元素成为流量密码，作为全国最大提花面料产销基地，许村乘着“国潮”东风惊艳出圈。一时间，许村的提花面料成为市场宠儿，全国各地的服装厂商、设计师蜂拥而至，蹲守在工厂门口，只为第一时间“抢”到提花面料，可谓盛况空前。

“刚到许村时，不少人觉得窗帘布、沙发布生产很简单，其实这里的大提花机先进程度超乎想象，能织出肌理丰富、立体多变的面料。”海宁中纺面料科技有限公司总经理贺荣在采访中介绍。

而这波抢购热潮让许村纺织人清晰地洞察到：许村这块布，早已不仅是物理空间的装饰品，更承载着流动的文化叙事与时代情绪。他们开始重新解码提花织锦的古老基因，向更广阔的服装与时尚产业华丽转身。

近年来，许村与浙江理工大学及各类大专院校开展产学研深度融合，先后成立了海宁中国家纺城时尚面料创新中心、龙渡湖国际时尚产业学院、海宁中国家纺城纺织非遗创意馆。这些产业平台和即将成立的海宁时尚产业科技创新研发中心，面对家纺产业数字化、绿色化、高端化的发展趋势创新发展，在功能面料研发、创新设计、非遗传承、科技论坛、人才培训和输送等方面持续发力。

科技与文化赋能之下，许村结出硕果——2023年，杭州亚运会礼服在许村落地成型；2024年5月，许村的鸾凤织金、祥云缭绕纹样马面裙和纺织非遗工艺品首次亮相深圳文博会，开馆当天便斩获近200份订单。同年11月，第八届中国纺织非物质文化遗产大会选址于此，成为许村发展史上的“高光时刻”，更喊响了“好面料，许村造”的自信宣言。

在今年的中国国际时装周（春季）上，海宁中纺面料科技有限公司总经理贺荣用50多件提花织锦服饰，打造了一场中纺·璞锦lijin大秀——2025秋冬「夜西湖 潮起江南」高定织锦提花系列。这场极具东方韵味的秀场，将苏轼笔下幽静空灵的西湖夜色，化作了可触摸的霓裳，引起了全球消费者的热烈关注。

“我们在传统非遗织造技艺基础上，以现代科技赋能织锦面料技术改造升级，在设计上持续创新，用传统技艺结合前沿设计，挖掘出传统提花织锦的时尚价值与潜能。”贺荣介绍，中国国际时装周的发布秀正是许村高度重视产学研融合的落地成果。

从非遗手工织锦到产业化落地，从面料开发到服装设计创意，许村，正从传统的面料重镇，加速奔向时尚产业的新高地。



产业集群的魔力，赋予了许村家纺面对市场起伏时更强的韧性与应变力。

● 政企同心：奏响大产业强集群发展新乐章

许村家纺的产业版图令人瞩目，却也带着鲜明的印记：庞大的产业体量与相对分散的企业规模并存。“12000家注册家纺企业，规上仅近200家，‘大产业、小企业’，这是我们发展路上必须直面的现实。”许新峰直言不讳。

正是洞悉到这一问题，许村一届届政府始终将家纺视为主轴，深耕不辍。已连续举办33届的“海宁中国·国际家用纺织品博览会”便是最有力的注脚。

“每年，政府都倾注大量心血，要把这‘家门口的展会’办实办好。”许新峰说，家博会的核心价值，在于为无数中小企业搭建展示与交易的广阔舞台，让分散的力量拧成一股绳。同时，开拓外贸的脚步从未停歇。曾经以内贸为主的家博会，如今已是内外并举，“既带企业出海闯荡，也邀五洲客商入村”，通过深度对接，持续提升产业能级。如今，它已成为行业中举足轻重的产地型家纺布艺盛会。

穿越过本届海宁家博会的人潮人海，浙江艾诺纺织科技有限公司总经理钱高峰匆匆前来接受采访，神采奕奕的他，刚与一位合作多年的英国老客户会面归来。提及艾诺纺织十五年的蝶变之路——从一家创业小企业，到如今坐拥5万平方米智能化工厂现代化企业，钱高峰感慨万千：“许村重视纺织业，没有许村政府的坚定支持，就没有艾诺的今天。”

他尤其记得创业初期的艰难时刻，“资金最紧张时，是我们的供应商和经销商伸出了援手。供应商信任我们，说‘钱总，料子你先用着，宽裕了再结’；经销商也顶着压力，帮我们开拓市场。这份患难与共的情谊，是许村产业生态最珍贵的底色。”

走过风雨，钱高峰对企业发展路径的认识愈发清晰：“在许村这片沃土上，企业要行稳致远，必须拥抱智能化。它不仅是提质增效的工具，更是赢得未来竞争的基石。我们投入智能化工厂，就是要让传统织造插上科技的翅膀，实现更精准、更柔性、更具竞争力的生产。”为回馈这片培育企业的热土，艾诺纺织正积极筹建一座现代化印染厂，誓要为许村产业集群再添一块坚实的基石。

“很多企业都能感受到许村这片土壤的包容之力。在这里，企业能稳稳扎根、安心生长，这正是许村最有魅力的地方。”这份政企同心的默契，正如许新峰所言，“企业是经线，政府是纬线，经纬交织，便织就了许村家纺的这块布。”

● 织就未来：从产业集群到全球时尚目的地

当“好面料，许村造”的品牌宣言赢得瞩目之时，许新峰也清醒地意识到，如今的许村家纺，正面临着市场的双重考验——国内房地产市场的调整，悄悄影响着窗帘、沙发布的销量；贸易关税的不确定，也让出口订单添了几分波折。

“许村的底气，在于集群。”许新峰语气坚定。在这里，往往是方圆三公里内，便可以实现从一根丝到一块布、再到成品家居的变幻，常常是晨光中启动，夕阳下便完成全流程。产业集群的魔力，赋予了许村家纺面对市场起伏时更强的韧性与应变力。

在今年的镇党代会上，许村擘画了“一块布”的新蓝图。许新峰表示，许村已明确“北家纺、南服装”的总体格局：家纺产业向高端化、差异化迈进，服装产业向品牌集聚中心和品牌供应链中心布局，双轮驱动，全力打造“许村国际时尚中心”；将实施“211”战略（铸造200亿家纺、100亿服装、100亿面料三大板块）；推进“123”企业梯队建设（三年内培育10家5亿元企业、20家3亿元企业、30家亿元企业）。“围绕这些目标，党委政府必将倾力营造最优环境，做企业发展的最强后盾！”

面向未来，许村的蓝图清晰而恢宏。“我们不仅要成为全国乃至全球客商的采购高地，更要成为引领时尚潮流的消费目的地。”许新峰眼中闪烁着光芒。这份底气的来源，是三大核心优势：数量庞大、充满活力的企业主体；始终挺立创新潮头的家纺与服装企业；兼具卓越品质与价格竞争力的产品矩阵。这些优势，正让许村日益成为全球客商心中的“首选采购地”。

或许，许村的真正价值，早已超越了“一块布”的商业疆域。它用四十余年的光阴证明：当传统产业既守住根脉又敢于破界，当地方政府既精准赋能又懂得留白，在县域经济的毛细血管里，同样能生长出影响世界的产业力量。这，既是许村书写的未来，也为中国众多特色产业集群，点亮了一盏可资借鉴的明灯。[1A]

夏国新：以东方美学与科技创新，点亮中国时尚“耀”眼时刻

■ 本刊记者_罗欣桐



夏国新

科技与艺术共舞，传统与创新相生，文化与商业共赢。一场汇聚超230个品牌、400多位设计师的时尚盛宴，向世界传递中国时尚的当代态度。

一场汇聚超 230 个品牌、400 多位设计师的时尚盛宴，正在北京书写东方美学、非遗创新与可持续理念交相辉映的新篇章。2025 年 9 月 5 日至 14 日，由中国服装设计师协会主办的 2025 中国国际时装周(秋季)如期而至，以“耀”为主题，不仅点亮京城，更向世界传递中国时尚的当代态度。

近日，中国服装设计师协会主席、深圳歌力思服饰股份有限公司董事长夏国新接受媒体专访。“耀”，既是对光芒与成就的礼赞，也寓意着突破与创新的时代召唤。在夏国新看来，这一主题凝聚了对行业发展方向的深刻思考。本季时装周围绕“东方美、新科技、绿色环保、非遗创新、促消费”五大维度，系统呈现了中国时尚产业的创新实践与未来愿景。

新模范：规模与国际化并行，彰显产业复苏态势

本季时装周吸引了来自中国、美国、法国、意大利、日本、哥伦比亚、马来西亚、菲律宾、越南、老挝等近二十个国家的品牌与设计师参与，全球知名华裔设计师品牌 Vera Wang HAUTE、法国设计师品牌 IRO night 先后于北京展览馆秀场精彩呈现。中国国际时装周正逐步成为全球时尚交流的重要枢纽，国际化程度显著提升。

夏国新认为，国际元素的融入不仅提升了时装周的多元性，更有助于增强中国时尚在全球话语体系中的能见度与认可度。

从三月启用的“春/秋”双季模式，到本季时装周的规模突破与即秀即买的实效转化，都反映出行业正在快速复苏与迭代。多家品牌通过秀场+直播带货实现数百万乃至千万级销售额，展现出新型时尚消费模式的巨大潜力。

新文化：非遗与现代共鸣，东方美学活用弥新

随着国家文化自信的增强，东方美学正成为连级中国设计与世界对话的重要纽带。非遗元素的创新应用不仅是中国国际时装周最具辨识度的亮点之一，也是中国时尚行业的重要发展方向。

夏国新强调，众多设计师通过非遗传承人协作，将传统手工艺与现代设计语言相融合，实现了文化传承与商业价值的双赢。

本季时装周上，超过半数品牌秀场融入了东方美学元素与非遗创新工艺。比如来自贵州、云南等地的少数民族品牌，将非遗技艺与地方文旅、现代设计有机融合，展现出传统文化在当代时尚中的再生与焕新。

中国服装设计师协会通过 10+3 SHOWROOM 青年设计师扶持计划等项目，也积极推动传统美学元素与非遗工艺融入当代设计。而惠女繁花胜似锦·陈宇|闭幕大秀以惠安非遗为源，结合科技与先锋手法，呈现一场传统文化的当代转译。夏国新说道：“非遗的创新需

超越形式，深入文化肌理。只有挖掘其背后的故事与精神，才能以服装为媒，实现文化的共鸣与传承。”

新技“数”：重塑，创作与产业的边界

当前，数字技术正在成为中国时尚创新与文化表达的新工具，作为产业变革的核心驱动力，也在本季时装周中大放异彩。在夏国新看来，数字时尚与传统秀场并非替代，而是互补。前者拓展想象与传播维度，后者坚守工艺与质感，二者共同推动产业向前发展。

本季时装周上，近 30 位数字设计师借助人工智能、数字模拟、剪裁与渲染技术等前沿科技，拓宽时尚的表达维度，突破物理限制，探索时装形态的无限可能，推动行业从劳动密集型向创新密集型跃迁。

新“现”场：即秀即买，即时体验

促消费作为现实命题，本季时装周亦通过与华润万象商业、淘宝服饰等平台合作，打造即看即买、线上线下联动的消费新场景，这不仅为品牌提供迅速变现通道，也极大满足了消费者对新鲜与个性化的追求。

同时，DPARK 服装服饰 ODM 展整合超 110 家产业全链资源，实现从创意到生产的一站式对接，又全新引进奇灯原创市集，打通 B 端 C 端需求，标志着中国国际时装周正由“展示平台”向“产业枢纽”战略转型，切实纾解“设计如何落地”的产业痛点。

新 IP：地域文化，赋能万亿产业

通过盛泽日、柯桥日、厦门时尚日、广州时尚日、海宁日、江服日等专属板块，本季时装周深度联动产业集群，勾勒出“地域文化+时尚”IP 的万亿级市场蓝图。

夏国新指出，地域文化赋能不仅有助于传统工艺复兴，也契合了消费市场个性化、故事性产品的需求。以“惠安女”IP 为例，通过“文化+产业”的融合模式，成功带动旅游、雕艺、服装等多业共生，为地方发展注入持续动能。

新“时”态：中国设计，全球链接

作为亚洲最具影响力的时尚盛会，中国国际时装周持续提升其产业价值与国际声量。夏国新透露，未来三至五年，中国服装设计师协会将从三方面强化时装周平台建设：加强科技融合，推动 AI 全产业链应用；加大青年设计师扶持，构建国际化中国品牌梯队；深化全球合作，提升中国时尚的国际话语权。

科技与艺术共舞，传统与创新相生，文化与商业共赢——2025 中国国际时装周（秋季）不仅是一场场绵延不断的秀，更是一个宣言：中国时尚正迎来真正属于自己的“耀”时刻。TA



柯桥优质纺企重磅亮相展会。

以优质面料筑势，凭产业合力拓局

中国轻纺城展团亮相 2025 Intertextile 秋冬面辅料展

■ 本刊记者_边吉洁

9 月 2 日，2025 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会将在国家会展中心（上海）启幕。浙江中国轻纺城集团股份有限公司再度组建强劲参展阵容，引领 13 家柯桥优质纺企重磅亮相展会，不仅集中展示柯桥纺织的高品质面料成果，更全方位彰显区域产业的核心竞争力，为柯桥纺织区域品牌 IP 注入更强市场穿透力与行业影响力。

步入轻纺城展团展区，荔莪针纺科技、博赢纺织、棉之杼纺织、万纤纺织、众脉纺织等企业展台紧密相连，热闹气息扑面而来。展台内外，产业生态的鲜活图景清晰展开：企业代表围绕面料市场趋势主动交流，不时向驻足观众递上样布、细致讲解产品特性；全球采购商则带着需求穿梭其间，逐一对接心仪面料、探寻合作契机。供需双方的互动洽谈持续升温，让整个展区成为纺织产业链精准对接的“桥梁”，满是合作共赢的蓬勃活力。

适配全球审美，演绎时尚新势力

在潮流趋势呈现上，柯桥纺企以多元适配为核心，让不同风格的面料精准匹配全球采购商的审美需求，生动诠释柯桥纺织懂时尚、懂市场的产业特质。

现场，绣花面料尽显巧思，针脚细密勾勒出花鸟、藤蔓等纹样，立体层次感鲜明；提花面料在灯光下泛着细腻光泽，每一寸纹路都透着雅致格调；现代简约款西装面料挺括有型，随手触碰便能感受到高级质感；花纹别致的新中式面料更藏着巧思，传统纹样与现代剪裁碰撞出浓郁东方韵味。

绍兴市鑫华纺织绣品有限公司此次参展聚焦秋冬市场，以重工刺绣系列为核心主推产品。其展品矩阵针对性明确：网纱、珠绣类面料精准对接中东与欧美客户需求，时尚设计师专属系列则聚焦国内客户群体。展会上，质感出众的真丝丝绒肌理面料格外走俏，其中米色、咖色等经典秋冬色系更是备受青睐。谈及参展感受，公司总经理陈瑶表示：“当前客户更看重产品的工艺复合性，复杂工艺融合的面料更受欢迎。这次加入展团参展，不像单独参展那样零散，更像是有了‘团队支撑’，现场人气更足，吸引客户的效果也明显更好。”

多重维度发力，尽显创新硬实力

面对消费者对穿着体验愈发精细的需求，柯桥纺企以技术突破为核心，从功能升级与绿色转型等维度切入，打造兼具实用性与社会价值的面料产

品，将创新实力转化为市场竞争力。

展区内柯桥纺织的创新脉络清晰可见。多款高性能功能面料，精准匹配不同场景需求，集成吸湿排汗、速干、抗菌、冰凉触感等功能，适配运动、户外、通勤等多元场景；绿色环保面料则采用再生纤维、可降解材料等绿色原料，传递可持续纺织理念，契合全球低碳消费趋势。

首次加入展团阵营的浙江腾侠纺织品有限公司，此次针对性带来了八个极具市场竞争力的产品系列，涵盖 TR 羊毛混纺面料、亲肤冰凉丝、实用抗皱功能性面料等，全方位贴合女装领域对高品质、多性能面料的需求。为便于观展者深入了解产品特性，展位采用了“服装+面料”对应陈列的方式，直观展现面料制成成衣后的版型与风格。总经理雷必楷说道：“这次展会客流情况很好，我们成功对接了不少国内外新客户，进一步打开了市场视野，参展体验非常好，也为公司后续发展注入了新动力。”

凝聚产业合力，共筑品牌新势能

柯桥纺企的集体亮眼表现，背后离不开轻纺城集团的“搭台赋能”。此次集团精心打造的精品展区，在规模与设计上实现双重升级，为企业参展提供强有力支撑。

展区面积达 330 平方米，较春季展团实现扩容，为企业展示提供更充足空间。针对不同企业需求规划差异化展位规格，既为企业提供“小而精”的精准展示空间，助力其聚焦核心产品；也为企业预留“大而全”的品牌展示区域，满足其品牌形象传播需求。错落有致的展位布局、简约大气的视觉设计，帮助企业全方位、立体式展现品牌特色，营造专属展示氛围。依托轻纺城集团的精准服务与资源整合，柯桥纺织的区域产业优势得以在展会现场充分释放。

组织纺城企业参展，始终是轻纺城集团长期深耕的战略重点。近年来，集团积极落实“走出去”战略，先后多次带领纺城企业亮相国际纺博会等高端展会平台，为企业链接全球资源、拓展发展空间提供有力支撑。从实际成效来看，这一系列行动不仅为企业带来了看得见的贸易订单，助力企业快速扩大业务规模，更有效帮助企业打通产业资源供需通道，促进产业链各环节之间的高效协作与深度沟通。通过持续的参展赋能，柯桥面料在国际市场的知名度与影响力不断提升，为柯桥纺织产业迈向高质量发展新阶段提供了坚实的动能支撑。TA

兰精卫星展团聚势领航，织就精彩未来！

■ 本刊记者_边吉洁

当下，纺织行业处在高质量发展与深度可持续转型的关键时期。纤维，正以技术突破瓶颈、绿色转型塑价值，为行业持续注入创新动能。9月2—4日，全球再生纤维素纤维领军者——兰精集团，以“为织就精彩而生（Made to perform better, smarter）”为主题，联合价值链合作伙伴组建“兰精卫星展团”，携“五大差异化明星产品”矩阵亮相2025中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会，开启了一场关于纤维科技、生态协同与产业未来的深度对话。

2025Intertextile 秋冬面辅料展4.1号馆，“兰精卫星展团”的展区格外吸睛。43家价值链核心合作伙伴在此集结，完整呈现了从纤维、纱线、面料到服装的全产业链布局，将TENCEL™（天丝™）与LENZING™ ECOVERO™（兰精™环生纤™）系列产品的下游多维创新成果、可持续时尚解决方案一一铺展。

从运动服饰的功能性面料到贴身衣物的亲肤材质，多元应用场景直观可触，产业链协同效应与资源集聚力扑面而来，吸引参观者络绎不绝。这一“集群参展”模式，不仅是兰精产业链整合能力的体现，更构建起一道差异化的生态壁垒。

全球可再生纤维素纤维供应商兰精集团始终从材料源头重构产业可能性，此次展会以“五大差异化明星产品”矩阵，为不同细分场景提供高附加值解决方案，让每一根纤维都成为“织就精彩”的核心力量。

天丝™莱赛尔 A100 纤维以优异的防原纤化与吸湿排汗性能，成为高性能运动服和高品质时装的优选材料；天丝™莱赛尔 LF 和 LFH 纤维无需柔软剂即可赋予面料自然柔软的触感，重新定义贴身衣物的舒适标准；天丝™莱赛尔 Micro 纤维采用超细纤维技术带来极致垂坠感与亲肤体验，同时兼



兰精卫星展团携“五大差异化明星产品”矩阵亮相展会。

顾环保与吸湿性；兰精™环生纤纤维以可持续木材为原料，环保工艺显著降低碳排放；兰精™环生纤™黑色纤维采用原液着色工艺实现高牢度色彩，耐汗耐光不褪色，为混纺面料提供多样的环保色选。

展会现场，兰精集团正式发布并演示了其全新集成式用户平台——“Lenzing Pro”，为产业链协同注入新动能。展会期间，兰精集团以“循环经济、技术创新、功能应用”为三大核心锚点，深度参与多场高规格行业交流活动，以专业视角与实践经验为纺织产业发展注入思考。

兰精集团 CEO Rohit Aggarwal 表示，兰精始终以本土化思维拓展在华布局，深化价值链合作、构建创新共同体，与中国伙伴携手引领全球纺织业可持续发展。

从集群协同构建生态，到产品创新拓展边界，再到数字赋能提升效率、思想领航明晰方向，此次兰精卫星展团不仅是“聚链成势”的生动实践，更彰显了其以纤维为核心“纤领未来”的行业担当。未来，兰精将继续携手价值链伙伴，共同编织人类、产业与地球和谐共生的美好未来。TA

恒申集团与 Ambercycle 强强联合，构建循环材料生态系统

■ 邹凌铃 / 文

9月3日，在2025 Intertextile 中国国际纺织面料及辅料博览会上，全球尼龙行业领先企业恒申集团与循环材料领域创新企业 Ambercycle 共同亮相。此次活动是双方自今年四月签署战略合作协议以来的又一个重要里程碑，标志着两家企业正通过共建循环材料全球再生体系，积极推进纺织行业可持续发展。

会上，恒申集团可持续发展战略总监蔡凌志分享了合作的最新进展。他介绍，Ambercycle 专注于聚酯再生，恒申则深耕再生锦纶领域，双方以“Textile-to-Textile（纺织品到纺织品）”闭环回收模式为核心，有效填补了涤纶和锦纶两类主要化纤材料在循环利用方面的关键环节。他表示，通过与品牌方携手构建从生产、消费到回收再生的全闭环生态系统，这一合作将切实推动纺织产业实现可持续转型，并期待更多合作伙伴加入，共同促进再生材料的规模化应用。

Ambercycle 生产总监 Matthew Iezzi 强调：“恒申与 Ambercycle 正在共同开创一条全新路径——在工业级规模上建立‘跨纤维循环体系’。”他指出，面对欧美市场日益收紧的环保法规和品牌方对可持续材料的强烈需求，双方整合恒申的全产业链资源与 Ambercycle 的聚酯分子回收技术，打造出覆盖尼龙和聚酯的工业闭环再生系统。该项合作致力于将循环经济



双方共建循环材料全球再生体系。

理念真正落地产业化，减少对原生资源的依赖、降低碳排放，助力品牌实现气候目标，引领行业变革。

循环经济的浪潮已然到来，其成功离不开整个产业链的协同努力。恒申与 Ambercycle 的战略合作不仅填补了关键材料循环再生领域的空白，更旨在构建一个规模化、可持续的循环生态系统，共同推动行业迈向美好的未来。TA

仲元润生 T2T 再生 3.0 产品开启旧衣循环新篇

■ 本刊记者_郭春花



发布会现场。

9月2日，国家会展中心（上海）8.2号馆内，一场聚焦“科技赋能循环，旧衣重获新生”的行业盛会引发广泛关注——江苏仲元润生集团主办的仲元润生 Recoyarns®T2T 再生 3.0 生物酶解法产品联合发布会成功举办。会上，仲元润生不仅发布了可实现废旧纺织品“无害化、资源化、高值化”再生的 T2T 再生 3.0 生物酶解法纤维产品，更联合 4 家产业链伙伴成立“生物酶解法再生涤纶产业联盟”，同步展现从再生 1.0 到 3.0 的技术跃迁路径，为化纤行业绿色转型与产业链协同创新注入强劲动力。

“2025 年是我国‘双碳’目标推进的关键年，也是‘十四五’收官之年，中国化纤工业正处在绿色转型升级的核心阶段。”中国化学纤维工业协会副会长吕佳滨在致辞中指出，仲元润生此次推出的 T2T 再生 3.0 生物酶解法产品，凭借“条件温和、解聚高效、产物纯净”的技术优势，不仅为废旧纺织品再生提供了全新绿色方案，更丰富了我国废旧纺织品资源化技术路径，对行业可持续发展具有重要推动意义。

作为本次发布会的核心亮点，仲元润生 Recoyarns®T2T 再生 3.0 生物酶解法产品的技术逻辑与产业价值，通过多位嘉宾的报告得到深度解读。江苏仲元润生实业集团有限公司副总裁陈易仁以《再生 1.0—再生 3.0 的循环再利用涤纶产品演化》为题，清晰梳理了企业再生涤纶技术的迭代脉络：

再生 1.0 以 100% 消费后回收瓶片为原料，主打成熟工艺与低碳成本；再生 2.0 将原料扩展至废旧纺织品，采用物理法工艺降低能耗并获 GRS 认证；此次发布的再生 3.0，以高涤纶含量废旧纺织品为原料，生物酶解法与化学法并行，前者环保高效、后者流程短，产物可用于高端长丝生产，还衍生出 3.0PLUS 功能性系列，完整实现“从旧衣到新纤维”的闭环升级。

技术落地离不开产业链协同，会上两家核心合作伙伴的分享，进一步揭示了 T2T 再生 3.0 产品的产业化支撑体系。张家港善和升环保科技有限公司运营总监朱株介绍，公司构建了覆盖消费前、消费后纺织品的闭环回收生态，依托线上线下一体化回收、智能化分拣生产线，实现从回收到再生的全流程可追溯与全生命周期管理，且坚持无化学添加剂的清洁生产，为产业链提供可溯源的高品质再生纤维原料。南京塑新科技有限公司 CEO 向科炜则聚焦“废弃纺织物酶法解聚”，南京塑新已建成 100+ 天然菌株、200+ 塑料降解酶库的技术储备，通过酶的智能化改造，可实现复杂混纺面料的高效解聚，其再生 rPET 指标媲美原生材料，且已获 GRS 认证，计划 2025 年达百吨 / 月产能，2027 年实现年产超 3 万吨的规模化目标。

发布会现场，更具行业里程碑意义的“生物酶解法再生涤纶产业联盟”正式成立。江苏仲元润生与上海德福伦新材料、张家港善和升、南京塑新、江苏新芳科技集团五家企业携手结盟，旨在通过上下游协同，推动生物酶解法再生涤纶技术标准化、规模化、产业化发展，为纺织产业循环经济构建更稳固的合作生态。

“此次发布的生物酶解法再生产品，是产业链协同创新的成果。”陈易仁在接受媒体采访时透露，下一步仲元润生将继续深耕再生及差异化涤纶长丝领域，推动 T2T 产品与功能性材料结合，紧扣客户需求研发新品；未来三年，企业将加大废纺回收投入，推进化学法中试线投产，优化 T2T 产品成本，同时布局化学法再生阳离子、低熔点、高收缩等差异化切片及“瓶到瓶”生产，并积极拓展海外市场，以技术创新与全球化布局，为全球品牌客户提供更优质的循环纤维解决方案。TA

浞可染™无水染色彰显硬核技术实力

■ 本刊记者_边吉洁



浞可染™无水染色技术引领绿色消费风尚。

9月2—4日，2025 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会在国家会展中心（上海）隆重举行。广东溢维环境科技有限公司（简称“溢维环境”）以 ECOHUES™ 浞可染™无水染色技术为核心，集中呈现了最新的技术成果与标杆应用案例，现场打造出一个与行业深度对话、共振创新的绿色科技空间，携手观众见证生物质纤维无水染色的无限潜能。

展会期间，溢维环境展位凭借硬核的技术实力与前沿的创新实践，始终位居全场焦点，参观人流络绎不绝，现场热度持续攀升。

来自世界各地的专业客户集聚于此，不少观众在交流中提到，该技术精准切中当前传统染色“高耗水、高污染”的痛点，契合行业绿色升级转型的发展趋势。多家品牌端的客户表示，期待将浞可染™的环保属性、可追溯体系融入产品设计与供应链中，共同引领绿色消费风尚。

本次展会，溢维环境突破传统单纯陈列产品的模式，以产业链闭环思维构建展示体系，通过多板块有机联动，尽展浞可染™科技创造力、绿色

循环力与产业融合力。

多元产品矩阵，持续拓展绿色生产边界。展区内，浞可染™无水染色技术的最新应用成果集中亮相：不仅覆盖棉、麻、天丝™莱赛尔等多种纤维素纤维，持续拓宽环保染色可能性；更首次推出羊毛纤维无水染色系列产品，为高端毛纺领域的绿色生产提供全新解决方案，助力相关产业实现绿色增长。

西北地区在建无水染色工厂的布局展示，向研发机构、染厂、时尚品牌等价值链上下游伙伴直观展现从技术研发到产业赋能的完整生态闭环，成为现场另一大焦点。

凭借低水耗、无盐及废水近零排放的突破性优势，浞可染™无水染色技术成功打破传统印染产业对水资源的深度依赖，让生态条件脆弱地区布局绿色印染项目从构想变为现实，更成为驱动新兴纺织产业集群延链补链、强链固链，构建一体化产业基地的重要引擎，从根本上重塑区域产业的发展逻辑与增长动能。

展会同期的“可持续发展”主题论坛上，溢维环境商务总监杨春烜进行了《纺织与水的共生：从净水到零水的技术进阶》的主题分享。他以纺织服装供应链的耗水结构为切入点，系统梳理了印染行业当前的主流节水技术与前沿护水策略，并解读了无水、少水染色技术的发展历程与实际应用，为纺织印染绿色转型提供了兼具前瞻性与实践价值的参考。

从技术迭代到场景应用，从行业共鸣到合作共赢，溢维环境以浞可染™技术生动诠释了“零水”未来的无限可能。溢维环境期待与行业同仁携手，共同拥抱这场由无水染色技术驱动的产业变革浪潮，协力探索可持续时尚的崭新未来。TA

驱动产业转型升级的人才培养创新实践

■ 赵萌 / 文

近年来，德州学院积极响应国家新工科建设“三部曲”及“四新”建设部署，明确地方高校支撑产业升级的使命。山东省将纺织服装产业列为“十强”产业和新旧动能转换重点，其快速迭代升级对人才跨学科融合能力、创新实践能力、产业敏感度、团队协作及终身学习能力提出了更高要求。德州学院纺织服装学院以先进理念为引领，以坚实平台为基础，以体系重构为核心，以特色赋能为动能，致力于培养适应新时代需求的高素质纺织服装专业人才。

自 2002 年开始，德州学院纺织服装类专业教育理念不断凝练提升，先后经历了“三结合”、“大服装”、CDIO 纺织服装人才培养理念、CDTA 纺织服装教育理念、OBE-CDTA 教育理念和“筑特融新 数智引领”教育理念的更新，得以有效指导人才培养模式的构建与实施。

该学院 2016 年获得山东省高水平应用型立项建设服装专业群，在新工科建设与新质生产力发展需求的双重驱动下，针对山东纺织服装产业转型升级产生的人才供给侧改革问题，秉承“服装专业为引领，纺织专业为支撑，材料专业为提升”的原则，系统修订专业群人才培养方案，开展了省级产教融合示范性品牌专业等项目的改革实践建设。

学科交叉融新，构建数智化全链路协同课程体系

2017 年至 2024 年通过三次人才培养方案改革，学院的课程设置更加注重支撑培养满足新工科背景下服装产业转型升级需要的应用型人才，在专业基础课、专业课程、课程实践、毕业设计融入新产业、新业态、新技术、新模式，构建数智化全链路协同课程体系。

理论课程建设采用前沿技术模块化嵌入，逐步增设智能制造技术、数字化营销、绿色纺织技术等前沿课程；通过跨学科能力矩阵构建，建设涵盖电子信息工程（物联网纺织设备）、计算机科学（CAD/CAM 深度应用）、经济学（纺织供应链金融）、生物学等交叉领域课程；开设纺织大数据分析、智能可穿戴系统设计等复合型课程，强化培养学生复杂工程问题解决能力。

实践类课程建设推行“三真”教学，即真实企业命题（结合企业项目开发功能面料研发）、真实研发流程（从市场调研到产品上市）、真实案例策划（如鲁锦产品推广），实现学生实践与企业真实场景需求无缝对接。

打造数智融合驱动下“多维交替、循环渐进”的实践教学体系

学院拥有国家级纺织面料馆德州学院分馆、山东省工程中心、省级实验教学示范中心等高水平教学科研平台 8 个，为教学与科创提供了坚实的硬件支撑和资源保障。



德州学院树立了地方高校服务国家特色产业发展的新典范。

学院系统开发了系列特色鲜明的实践教学项目与核心教材，强化实践育人环节；突出能力本位，以“实作”为核心，通过“新意点”（前沿技术、新智手段、企业创新技术）实践项目，重点从“做题”转向“解决问题”和“创造方案”，更强调创新思维、综合应用能力和价值创造；通过基础实践层、专业实践层、综合实践层、创新实践层以及就业实践层五个维度，采用“双师多点”联合指导模式，保障各层次实践相互交织、协同共进，形成动态实践网络，学生在不断循环、反馈与提升中，实践能力与综合素质实现渐进式螺旋上升。

通过以上实践教学改革，学院积极打造“多维交替、循环渐进”的立体化实践教学体系，培养学生面对复杂、未定义问题的能力，以符合“新质生产力”对应用型人才的需求。

创设“纺织服装工程+”，多元赋能育人创新机制

学院首创“纺织服装工程+ 产业、科技、文化”多元赋能育人机制，率先实现传统工科专业的价值维度拓展。

依托中国纺织面料馆德州学院分馆八个场景馆、中国非物质文化遗产——德州学院鲁锦展览馆，打造“文化+ 教学”沉浸式情境教学空间，邀请中国非物质文化遗产传承人深入实践教学课堂，传承鲁锦手织技艺，培养新时代“织女”。

积极探索并实践纺织服装人才培养的“融新增质”新机制，以“订单式”卓越工程师班多维优化学生实践能力提升模式，定制“鲁泰班”、“明远班”、“鲁锦班”人才培养方案，制定开发岗位能力矩阵图，实现课程内容与服装制版、新材料研发、智能纺织服装等新职业标准对接，避免“学用脱节”，实现从学生到准员工身份的转变，切实提升人才培养质量与核心竞争力。

学院还与纺织服装龙头企业、行业协会等共建山东省产业学院、山东省专业特色学院、山东省工程研究中心等省级及以上教学科研平台，深化校企协同，激活双向赋能，确保人才培养与产业需求同频共振。

通过多元赋能育人创新机制的实施，学院形成了“三高两强”的学生培养特色。三高即高就业率、高获奖率、高考研率，两强即学术意识强、创新能力强。据校友会中国大学排名（应用型），服装设计与工程专业在 2023-2025 年连续三年蝉联全国第一（A++ 档次）。纺织服装学院被山东省服装行业协会等评为产教融合示范院校、纺织服装教育先进集体，并加入山东省现代轻工纺织产教融合共同体、全国服装数智化产教融合共同体。

德州学院纺织服装学院紧抓新工科建设与新质生产力发展机遇，精准对接山东纺织服装产业升级需求，通过理念革新、平台搭建、体系重构、特色融通和深度协同，成功构建了“筑特融新、数智引领、多元赋能”的人才培养新模式，有效支撑了产业转型升级，树立了地方高校服务国家特色产业发展的新典范。（作者单位：德州学院纺织服装学院）TA

中国纺织服装企业海外投资的模式分析

■ 王松杰 / 文

纺织服装是中国的传统优势行业，中国生产的纺织服装产品在全球市场中占据举足轻重的地位。在经济全球化的环境中，由于国内纺织服装行业竞争趋于激烈、销售市场趋于饱和、生产成本上涨等诸多因素，一些纺织服装企业纷纷出海，在海外投资，包括在海外开办工厂、研发中心、销售公司等。大中型纺织服装企业在海外投资创业的能力较强，可选路径较多，风险相对小；而小微纺织服装企业的资金、技术、营销能力有限，在海外投资创业的风险相对较大。本文专门研究纺织服装企业海外投资的模式、路径与风险，为我国纺织服装企业提供参考。

我国纺织服装业海外投资的源动力与困境

我国是全球最大的纺织服装生产国、消费国和出口国，该产业作为传统支柱产业，不仅为国家外汇储备和经济增长助力，还因劳动密集型特点，成为解决就业的重要支撑。目前我国纺织服装业已形成棉纺织、印染、针织、化学纤维等八大特色行业，在区域上，高起点外向型企业向沿海集中，中西部侧重资源优势；技术层面，新型纺织加工技术和先进设备得到广泛应用。

不过，行业也面临诸多结构性矛盾。一是仅仅依赖国内 14 亿人口的市场基础，部分企业缺乏国际竞争意识，不愿开发海外适配产品，难拓国际市场。二是产品以中低端为主，虽物美价廉，但高端市场占有率低，利润空间小，制约了研发、设备更新和市场开拓，也影响从业者收入与行业净利润增长。三是自主品牌匮乏，大量中小企业无注册商标，仅承接贴牌加工，无产品开发和品牌意识，只能在低端市场薄利生存。四是生产经营成本攀升，劳动力成本因最低工资标准提高和工人工资预期上升而增加，同时，水电费、原材料、环境治理成本和工厂用地价格也持续上涨。

面对国内生产成本增加、市场饱和、竞争激烈等问题，部分有前瞻意识的企业选择出海，融入国际市场。从数据看，2017 年全球纺织品服装出口总额 7495 亿美元，我国占比超 30%；2018 年我国纺织品服装出口占货物出口总额约五分之一，其中纺织品出口 1191 亿美元，同比增长 8.1%，服装出口 1576.3 亿美元。

然而，海外投资之路并非一帆风顺。一方面，一些发展中国家纺织业崛起，国际市场竞争加剧，我国企业海外贸易压力增大，比较优势受冲击。另一方面，我国 60% 以上产品出口至美国、欧盟、东南亚、非洲，这些市场进口需求稳定、容量有限，且不断增加从成本更低国家的进口，我国企业市场拓展空间受限。此外，全球供应链复杂，各国法规政策壁垒多，加之欧美市场需求转向高附加值个性化产品，新兴市场注重性价比，对我国企业的技术、品牌、设计和营销能力提出更高要求。

我国纺织服装业海外投资的模式

在经济全球化背景下，我国纺织服装企业需谨慎制定国际投资战略，选择适配的海外发展模式。

因地制宜开辟海外市场

企业需根据不同地区的经济文化、消费者购买力和审美差异，采取个性化策略。欧美市场消费者注重产品质量、设计、环保和舒适性，需求偏向优质原料和个性化产品；东南亚市场消费群体年轻，偏好价格适中、穿着舒适的中端产品；非洲市场消费者购买力有限，物美价廉的低端产

品更易打开市场。同时，还可针对不同地区消费者的体型、肤色和个性化需求，推出私人定制服务，满足其在面料、款式等方面的特殊要求。

采取不同的海外投资定位

依据企业自身优势，可分为三种投资导向。一是资源导向型，若以获取劳动力资源，可在非洲、东南亚设厂，这些地区年轻人口多、人力成本低，目前已有近千家中国企业在缅甸、越南等国建厂，超百家在孟加拉国投资；若为保障原材料供应，可在澳大利亚、新西兰、印度等国建立生产中心，解决国内羊毛、羊绒、棉花等原料供给不足的问题。二是市场导向型，为应对国内市场饱和，外向型企业可在海外设厂当地销售，或出口产品。高端产品企业可瞄准欧美、日韩等购买力强的市场，中小微企业可布局非洲、东南亚等地区，既能扩大市场，又能规避贸易壁垒，如申洲集团、天虹纺织集团等企业已在柬埔寨、土耳其等国成功投资。三是技术导向型，在智能制造、核心技术等方面有短板的企业，可到北美、日韩、北欧等地区投资，引进先进技术、设备和科研人才，提升产品质量和设计水平，增强国际竞争力。

选择多元海外投资方式

企业海外投资主要有内向型和外向型两种方式。内向型包括进口海外原料、获得国外许可授权、建立中外合资或合作企业、成为外国企业子公司等；外向型则涵盖产品出口、跨国并购、绿地投资、跨境上市、海外开店、技术转让、设立海外子公司等。以本土品牌 UR 为例，2016 年其在新加坡开设首家海外门店，2018 年在伦敦开设欧洲旗舰店，还将进入美国、法国、日本、中东等市场。

我国纺织服装业海外投资的关键举措

重视知识产权保护

知识产权保护是企业海外合法经营的基础，出海企业需重点保护商标权、商业秘密、技术专利和外观设计。当前，我国纺织服装企业自主品牌占比不足 10%，90% 企业涉及贴牌加工，大量小微企业无自主知识产权，且保护意识薄弱，常卷入涉外纠纷。数据显示，行业国际知识产权纠纷占比达 87%，法国因奢侈品牌多，对我国诉讼量较大，纠纷多集中在商标领域，部分企业存在抄袭模仿、傍国际名牌的情况。因此，企业出海必须强化知识产权意识，既不侵犯他人权益，也做好自身知识产权保护。

借助互联网拓展市场

互联网普及背景下，跨境电商成为企业进入全球市场的重要途径。企业可依托阿里巴巴国际站、亚马逊、eBay 等电商平台开展线上销售，展示品牌和产品，拓宽销售渠道，同时通过大数据分析把握市场需求变化，调整产品策略。此外，还可利用 Instagram、Facebook、Twitter 等社交平台，推广品牌、销售产品、与消费者互动，提升品牌曝光度，及时获取消费者反馈，优化产品和市场策略。

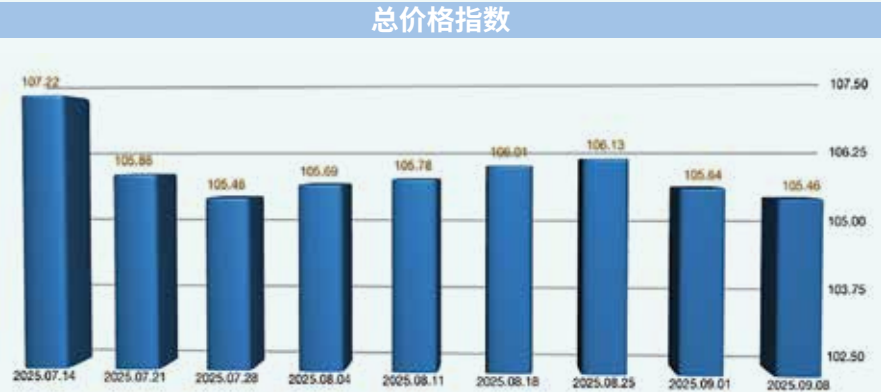
开发智能穿戴产品

人工智能技术的发展为纺织服装行业带来新机遇，企业应主动将其应用于产品研发，打造高端智能穿戴产品，推动产品向高科技化、品牌化升级，增强海外市场竞争力。例如，开发自动变色智能服饰、太阳能充电旅行服饰、可收集紫外线和天气数据的智能衣帽，以及能显示手机电量的智能口袋、手机控制的智能拉链等创新产品，满足海外市场多样化、高科技化的消费需求。（作者单位：潜山金诚永泰服装有限公司）TA

市场成交升跌互现 价格指数环比下跌

20250908 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20250908 期纺织品价格指数收报于 105.46 点, 环比下跌 0.17%, 较年初上涨 0.89%, 同比上涨 0.26%。



中国轻纺城市场成交升跌互现, 其中: 原料市场价量环比上涨, 坯布市场价量环比上涨, 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下跌, 辅料类价量环比下跌。

原料行情环比上涨, 涤纶环比上涨, 再生纤维素环比下跌

据监测, 本期原料价格指数收报于 85.99 点, 环比上涨 0.63%, 较年初上涨 6.71%, 同比上涨 4.77%。

聚酯原料震荡回缩, 涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数收报于 74.14 点, 环比上涨 3.41%。萧绍地区涤纶长丝成交环比回升, 价格环比上涨, POY 报价 6900 元 / 吨, 环比上涨 160 元 / 吨; FDY 报价 7150 元 / 吨, 环比上涨 70 元 / 吨; DTY 报价 8050 元 / 吨, 环比上涨 120 元 / 吨。涤纶短纤价格基本稳定, 江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6450 元 / 吨, 环比持平。纯涤纱市场报价基本稳定, 32S 纯涤纱报 10350 元 / 吨左右, 环比持平; 45S 纯涤纱报 16800 元 / 吨左右, 环比持平。

纯棉纱成交环比回缩, 再生纤维素价格环比下跌。近期, 纯棉纱收报于 105.42 点, 环比下跌 1.02%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比回缩, 价格基本稳定。再生纤维素类指数收报于 88.04 点, 环比下跌 0.20%。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 12910 元 / 吨左右, 环比持平。人造棉收报于 73.53 点, 环比上涨 0.20%。人造丝收报于 100.06 点, 环比下跌 0.41%。人造丝 150D 价格报 41500 元 / 吨左右, 环比持平; 人造丝 250D 报 34500 元 / 吨左右, 环比持平。

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 116.60 点, 环比上涨 0.78%, 较年初下跌 2.20%, 同比下跌 2.79%。

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: 化学纤维坯布指数收报于 108.37 点, 环比上涨 2.44%, 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上涨。天然纤维坯布收报于 178.11 点, 环比上涨 0.81%, 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。混纺纤维坯布收报于 118.72 点, 环比上涨 0.52%, 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。



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 110.72 点, 环比下跌 0.42%, 较年初下跌 5.10%, 同比下跌 5.21%。

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: 麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、涤棉面料、涤粘面料类成交价量不等量下跌。

特色分类指数中: 裤装面料指数收报于 105.68 点, 环比下跌 0.22%; 牛仔服面料指数收报于 104.12 点, 环比下跌 3.94%; 大衣面料指数收报于 104.32 点, 环比下跌 0.27%; 染色工艺面料指数收报于 116.37 点, 环比下跌 0.17%; 印花工艺面料指数收报于 117.67 点, 环比下跌 0.23%; 速干性面料指数收报于 122.57 点, 环比下跌 0.17%; 保暖性面料指数收报于 112.89 点, 环比下跌 1.10%。

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 99.88 点, 环比下跌 0.25%, 较年初下跌 0.97%, 同比下跌 0.83%。

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 101.38 点, 环比下跌 0.03%; 窗帘类收报于 101.95 点, 环比下跌 0.22%; 其他家纺类收报于 94.56 点, 环比下跌 0.11%。

市场行情明显回缩, 辅料指数环比下跌

据监测, 本期辅料类价格指数收报于 112.21 点, 环比下跌 2.11%, 较年初下跌 14.37%, 同比下跌 13.98%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期, 市场成交明显回缩, 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: 线绳收报于 126.07 点, 环比下跌 0.12%; 花边收报于 175.61 点, 环比下跌 0.16%; 窗帘布带收报于 106.95 点, 环比下跌 3.19%; 挂球和挂钩收报于 116.36 点, 环比下跌 7.36%; 窗帘轨道收报于 95.76 点, 环比下跌 1.04%。

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。市场内许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、中亚客商入市下单环比增加, 外需内贸市场将局部小增。因“金九”时节, 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



2025 中国轻纺城

乌兹别克斯坦 纺织面料辅料展览会

2025年10月14-16日

乌兹别克斯坦 | 塔什干
UZ Expo Center



市场需求旺盛
乌兹别克斯坦占中亚65%人口
消费需求旺盛



享受政策支持
符合条件企业
可享展位费减免



专业观众汇聚
15,000行业买家
精准对接商机



国际展商云集
多国企业参展
拓展全球贸易网络



一带一路枢纽
中乌纺织合作紧密
政策支持潜力大

咨询热线 | 400-119-0123

主办单位：浙江中国轻纺城集团股份有限公司、法兰克福展览集团
承办单位：绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司

最终解释权归绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司所有