

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 2025.10.20 | 第38期 | 总第1238期



P08
从北非到中亚，
在产业链协同中寻找新机遇



P12
中国轻纺城凭什么
领跑全球纺织专业市场？

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

● 新闻热线：郭春花 010-85229379
● 广告热线：万 略 010-85229640



P18
探寻滤材净化的“潜力股”
天台液体过滤产业创新大会共启发展新程

合作共赢 · 责任发展
Win-Win Cooperation and Responsible Development



世界布商大会·中国绍兴柯桥
World Textile Merchandising Conference Keqiao Shaoxing China

2025第八届世界布商大会

2025 the 8th World Textile Merchandising Conference

INTERNATIONAL
CO-OPETITION
国际竞争台

重构全球纺织价值链新格局
Reshaping the New Landscape
of the Global Textile Value Chain

2025.11.06
中国绍兴柯桥

GLOBAL 2025 FASHION CONFERENCE

Fashion Transformation: Coexistence in Diversity

世界服装大会

时尚变革 多元共生

11.16

中国·厦门
HUMEN CHINA

11.17

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 淼
		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:京东工商广登字20170146号
出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司
地址:北京市东城区东四西大街46号院(100711)
定价: 每期人民币12元
日本合作媒体:纤维News
印度合作媒体:Inside Fashion
欧洲合作媒体: 
台湾地区合作媒体: 
承印: 北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费，所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议，请在投稿时说明，本刊将按作者说明处理。

06 资讯 *Infos*

中国纺织科技奖：进一步提升科学性、专业性、包容性与影响力
福田集团携手常州宏大智慧科技，为印染厂装上“超级大脑”
机械行业稳增长工作方案出台，旨在提升优质装备供给能力

08 特别报道 *Special*

从北非到中亚，在产业链协同中寻找新机遇
跨山海、寻商机，夏令敏率队赴摩洛哥、阿联酋考察调研
走进中亚，深化纺织服装经贸合作

11 关注 *Attention*

竞合开启新局 擘画产业未来



12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

中国轻纺城凭什么领跑全球纺织专业市场？
建宝纺织：深挖一米，远看千里
2025 纺城新生代创新班圆满收官

16 化纤 *Industry*

化纤之道，三大分论坛热议行业焦点
以循环性提升与环境足迹优化加速绿色转型
聚焦材料、面料与品牌协同发展
纤维创新的多维路径

18 产业用 *Industry*

探寻滤材净化的“潜力股”

20 时尚 *Fashion*

非遗进阶：从文化符号到可持续生态
T 台遇代码，展开一场科技人文主义叙事

24 品牌 *Brand*

波司登高铁专列首发，以“中国速度”引领世界潮流
让羽绒服更轻盈！波司登“大师泡芙”闪亮登场

26 指数 *Index*

节后营销环比回升 价格指数环比上涨



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

研发竞速

前不久，国家统计局、科学技术部和财政部联合发布了《2024 年全国科技经费投入统计公报》，公报显示，2024 年，全国研究与试验发展（R&D）的经费投入超过 3. 63 万亿元，同比增长 8. 9%，投入强度为 2. 69%。

据了解，“十四五”前四年，我国 R&D 经费投入年均增长达到了 10. 5%，在世界主要经济体中居于前列。目前，我国 R&D 经费总量居世界第二位（仅次于美国），是位居第三的日本的 3. 5 倍，是位居第四的德国的 3. 7 倍。从研发投入强度情况来看，当前我国 R&D 经费投入强度在全球位居第 12 位，且连续多年超过欧盟 2. 13% 的水平，并接近 OECD 国家 2. 70% 的平均水平。

很显然，对于一个国家而言，科研水平和能力已经成为驱动经济增长的核心引擎，也是保障国家安全、提升国际竞争力的战略基石。将基础理论突破转化为技术创新，催生新产业、新模式，当前，中国在 5G、新能源领域的科研突破，成为推动传统制造业智能化、高端化转型的重要力量。同样，也是我们突破各个领域“卡脖子”技术的必须。近年来，人工智能、量子技术等前沿领域成为大国博弈的重心所在。

中国纺织业多年来始终依托创新不断推动行业发展，形成完善的产业链和供应链体系，成就行业制造能力与贸易规模稳居全球首位。如今，从碳纤维到石墨烯材料、生物基材料，再到纤维状能源与电子器件，在创新力的推动下，中国高性能纤维产能的全球占比已超过 1/3，多功能、高性能纺织品、智能纺织品加速涌现，在提质增效、节能减排等方面展现出了纺织业新的能量和优势。

当然，为行业取得的成就感到骄傲的同时，也应看到行业可持续发展力的塑造。据统计，2024 年纺织行业整体 R&D 经费投入 607. 8 亿元，同比增长了 9. 31%，投入强度为 1. 26%。其中，纺织业 R&D 经费投入 291. 6 亿元，同比增长 3. 31%，投入强度为 1. 22%；纺织服装、服饰业的 R&D 经费投入为 113. 4 亿元，同比增长 11. 63%，投入强度为 0. 89%；化学纤维制造业 R&D 经费投入 202. 8 亿元，同比增长 17. 77%，投入强度 1. 74%。综合来看，全行业研发经费的投入强度较当前全国平均水平仍有不小差距。

企业、政府属研究机构和高校作为我国 R&D 的三大执行主体，2024 年的经费投入均较上年实现增长，值得关注的是，企业在全社会研发经费投入的占比连续多年保持在 75% 以上，展现出了企业的活力。的确，在纺织行业中，包括鲁泰、台华新材、航民股份、华纺、恒逸、伟星股份、恒申集团、新乡化纤、卓郎智能、经纬纺机、精工科技、慈星股份等众多优秀纺企的研发经费投入强度均保持较好状态，甚至远高于全国平均水平。

面对依然复杂多变的宏观环境、高筑的贸易壁垒以及不断升级的市场竞争，以研发为牵引提升“内力”已成为业界企业共识，相信未来其投入强度必将不断被刷新。

View point / 产经看点

从最新增值税发票数据看，去年三季度至今年三季度，全国企业季度销售收入同比增速分别为 0.4%、2.6%、2.1%、3.1% 和 4.4%，增速总体稳步回升。

——国家税务总局

面对严峻复杂的外部环境，我国货物贸易实现平稳增长。今年前三季度，我国货物贸易进出口总值 33.61 万亿元，同比增长 4%，比前 8 个月加快 0.5 个百分点。其中，出口 19.95 万亿元，同比增长 7.1%，连续 8 个季度保持增长；进口 13.66 万亿元，同比下降 0.2%。9 月当月，进出口 4.04 万亿元，同比增长 8%，比上月加快 4.5 个百分点，为今年以来月度最高增速。

——海关总署

9 月份中国物流业景气指数为 51.2%，环比回升 0.3 个百分点，连续 7 个月保持景气区间运行。

——中国物流与采购联合会

今年前 8 个月，我国中小企业经济运行总体平稳，创新活力显著提升，规模以上工业中小企业增加值同比增长 7.6%，增速比大型企业高 3.3 个百分点。

——工信部



纺织服装周刊
微信公众号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织机械
微信公众号



纺织 120 秒
微信视频号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

Focus/ 聚焦

中国纺联科技奖：进一步提升科学性、专业性、包容性与影响力

10月9日，2025年度中国纺织工业联合会科学技术奖励委员会工作会议在京召开。中国纺联会长孙瑞哲，副会长李陵申、端小平，东华大学教授俞建勇，武汉纺织大学教授徐卫林等领导 & 委员 30 余人以线上线下相结合的方式出席会议。会议由李陵申主持。

会上，中国纺联科技发展部主任张传雄汇报了 2025 年度中国纺联科技奖励工作情况。各位委员审议通过了 2025 年中国纺联科技奖建议授奖名单，并围绕多项议题进行深入交流、建言献策，包括如何有效引导跨界交叉领域参与行业奖励工作；如何持续提升行业科技奖的品牌影响力；怎样加强科技服务，引导和培育高质量创新；如何做好优秀科技成果的应用跟踪及推广；以及科技奖励工作优化等。讨论务实而富有建设性，为后续工作凝聚了共识，奠定了基础。

李陵申在讲话中指出，在中国纺联科技奖励工作中，既要注重挖掘传统专业技术迭代创新的存量，梳理技术积累，从现有成果中提炼创新突破点，也要顺应纺织产业应用边界拓展和学科交叉跨界融合，积极拓展科技创新项目增量，紧盯前沿科技，主动对接新兴技术领域，持续丰富申报项目的内容与层次；进一步提升科技奖励工作的影响力，除了加强宣传，更要着眼于成果的实际转化，让科技真正服务于产业，以应用成效支撑科技奖项的含金量；纺织工业作为国民经济的重要支柱产业、民生产业和具有国际竞争优势的产业，产业规模和社会贡献突出，但仍存在科技创新和成果评价等方面表现出与其产业地位和社会贡献不匹配的情况，未来行业要进一步强化科技创新、深化跨界协作、拓展产业边界、推动产学研用深度融合，以高价值成果提升纺织科技的整体显示度和核心竞争力。

孙瑞哲在讲话中充分肯定了科技奖励工作在激发创新活力，引领科技进步中所发挥的重要作用。他指出，2025 年度的获奖项目虽然领域各异，却折射出共有的创新基因，呈现出先进技术实现“从跟跑到领跑”、基础研



会议介绍了 2025 年度中国纺联科技奖励工作情况。

究根基愈发坚实深厚、产学研协同创新形成“聚合效应”、可持续创新彰显“智善底色”四大鲜明特质。针对未来科技奖励工作优化和完善，他建议，一要优化奖励评价体系，细化多维评价标准，建立基础研究、应用研究与技术开发类成果的分类评价机制和自然科学奖成果转化跟踪机制；二要创新跨界评审机制，拓展创新融合边界，从“吸引项目申报”与“优化评审队伍”双向发力，构建适配跨界成果的全链条支持体系；三要实施品牌提升战略，增强奖项社会影响，规划科技奖的品牌形象与传播体系，提升公众认知与社会影响力；四要凝心聚力、不遗余力提升纺织行业科技创新成果的核心竞争力，以高水平、高质量科技成果为纺织行业构筑起坚实的竞争根基和优势。

在多学科交叉、多技术渗透、多领域融合的科技发展趋势下，孙瑞哲希望中国纺联科技奖能进一步提升科学性、专业性、包容性与影响力，既为基础研究“培土施肥”，也为技术创新“搭台赋能”，更为跨界融合“架桥铺路”，不断延伸纺织产业的广度与深度，以更多突破性、引领性的科技成果，为纺织强国建设注入不竭的强劲动力。（综编）

Company/ 公司

福田集团携手常州宏大智慧科技，为印染厂装上“超级大脑”

近日，福田实业与常州宏大智慧科技在江苏盐城举行了战略合作框架协议签约仪式，旨在深化企业合作，促进产业链上下游协同发展，共同响应国家智能制造战略，推动纺织印染行业向绿色化、数字化、智能化方向转型。签约仪式后，双方代表还聚焦行业发展、智能化转型、技术应用、合作对接等话题进行了深入交流。

当前，福田集团正在加速全球布局与设备升级，而常州宏大智慧科技作为纺织印染智能化整体解决方案的标杆，多年来始终专注于智能化装备与在线检测技术的研发。以此次战略合作签署为契机，双方将联合推动高速高效、精细化、数字化、智能化、高可靠耐久及节能环保的中高端染整装备研发与应用。

据了解，双方将依托福田的规模化生产场景，实现“人工智能 + 智能装备 + 工艺创新”的深度融合，提升装备国产化水平，助力中国纺织行业实现制造升级与创新突破。双方将构建“装备联合研发—关键技术攻关—人才联合培养—行业信息共享”的高水平协同机制，整合常州宏大的智能化技术与福田集团的国际化资源，打造央企战略合作发展新质生产力的典范，推动纺织服装行业高质量、可持续发展。（墨影）

菌草纤维技术再获肯定，新乡化纤获金砖国家创新工艺大赛奖

近日，在山东聊城举办的“2025 工业绿色发展大会暨信发集团产业实践交流会”上，新乡化纤股份有限公司凭借自主研发的“全球破局首创菌草综合利用技术—基于生物质菌草的高值化综合利用及示范创新开发项目”获评 2025 金砖国家创新工艺大赛“绿色产业”赛道国内赛铜奖，充分彰显了公司在绿色纤维技术领域的持续深耕以及对推动绿色转型发展的坚定承诺。

该项目的研发背景源自全球溶解浆供应高度依赖巴西、北美等少数产区，中国作为制造业大国，再生纤维素行业原料进口依赖度长期超过 80%，远超国际公认的 60% 安全阈值。为解决行业这一困局，新乡化纤多年来不断探索非木源原料来源，成功研发出菌草纤维，并对菌草开展了综合利用探索，这一创新技术不仅引领生物质纤维素行业新质生产力的发展，也为行业原料替代与绿色转型提供了新方向。

作为中国菌草纤维产业联盟的发起人及常任理事长单位，新乡化纤在推动菌草纤维产业化及绿色纺织发展上持续发力。更值得关注的是，在金砖国家框架下，通过务实合作，该项目将成为金砖国家共筑低碳纺织产业链的新纽带，为区域发展注入绿色动能，成为中国“绿色名片”的重要组成部分。（张璐）

Direct/ 直击

机械行业稳增长工作方案出台，旨在提升优质装备供给能力

日前，工业和信息化部、农业农村部、商务部、中国人民银行、海关总署、市场监管总局联合发布《机械行业稳增长工作方案（2025—2026 年）》，提出机械行业稳增长的目标，以及工作举措和保障措施。

《方案》提出，2025—2026 年，机械行业运行保持平稳向好态势，重点产业链供应链韧性和安全水平持续提升，发展质量效益迈上新台阶，力争营业收入年均增速达到 3.5% 左右，营业收入突破 10 万亿元。重点细分行业规模稳中有升，新质生产力加快培育，企业竞争力进一步增强，优质装备供给能力显著提高，培育一批具有竞争力的中小企业特色产业集群和具有国际竞争力的产业集群。

纺织机械是我国机械行业的重要领域，《方案》的出台对纺机行业的稳增长也将起到促进作用。据了解，我国纺机行业目前正在围绕数字化、智能化、绿色化、融合化发展工作进行推进。中国纺织机械协会也在开展“十五五”系列调研工作，并做好《纺织机械行业“十五五”发展指导性意见》的编制前期工作，重点将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。（郝杰）

建设纺织服装创意设计领航集聚区，赋能纺织工业转型升级

日前，工业和信息化部印发《纺织服装创意设计领航集聚区建设指引》，提出到 2027 年，形成一批特色鲜明的“纺织服装创意设计领航集聚区”，创意设计要素赋能产品创新和品牌成长的作用更加突出，探索形成以创意设计赋能我国纺织服装产业高质量发展的关键路径。到 2030 年，围绕“纺织服装创意设计领航集聚区”初步建成具有全球竞争力的创意设计体系、引领国际消费市场趋势的产品体系和掌握国际市场话语权的品牌体系，拥有一批具备自主知识产权的优势品牌企业。

《指引》的出台是为加快培育纺织行业新质生产力，深入实施消费品工业“三品”战略，推动创意设计要素赋能纺织工业转型升级。纺织服装创意设计领航集聚区主要包括四种类型：产学研协同型集聚区、设计服务型集聚区、文化融合型集聚区、品牌生态型集聚区。《指引》对四类集聚区的建设内容提出了具体要求。

《指引》提出，工业和信息化部强化资源统筹协调，鼓励各省、市主管部门制定本级培育计划和扶持政策，系统推进纺织服装创意设计集聚区发展。发挥专业机构作用，行业协会充分发挥桥纽带作用，适时组织开展调研，分析总结纺织服装产业集聚区现状与未来发展趋势，为领航集聚区建设工作提供切实可行的建议。加强总结宣传，通过纺织服装“优供给促升级”活动、“十大类纺织创新精品”等平台，全方位宣传创意设计赋能产业转型升级的集聚区创新发展模式和工作成效。（宗边）

CTME

2025

绍兴国际会展

中国纺织机械

国际博览会

2025 November 6-8, 2025

International Trade Fair

探索新世界

第七届中国纺织新材料展

CHINA TEXTILE MATERIAL EXHIBITION

2025 11.06-11.08

绍兴国际会展中心

WWW.SXCTME.COM

主办单位:中国长丝织造协会、绍兴国际商会 | 联合主办:浙江三博会展股份有限公司
协办单位:浙江省纺织面料设计协会、绍兴市外经贸服务中心
合作单位:新昌县智能纺织印染装备行业协会、中国轻纺城新材料中心、绍兴市纺织行业协会、诸暨林业协会、天柯会展有限公司
浙江三博会展股份有限公司 | 杭州市上城区解放东路45号高德置地广场A2幢2108-8 | 0571-56696653、56696655
绍兴三博会展有限公司 | 绍兴市越城区迪荡新城昆仑国际1号楼1103室 | 0575-85289586

广告

扫码关注展会

SOMEXPO

三博会展



中国纺织工业联合会秘书长夏令敏带队深入走访调研。



中国纺织服装企业代表团走进中亚。

从北非到中亚，在产业链协同中寻找新机遇

当前，全球新一轮科技革命与产业变革加速演进，国际地缘政治格局深刻调整，中国纺织服装业亟需以更主动姿态深化国际合作、优化全球产业布局。在此背景下，中国纺联及相关专业协会积极组织纺织服装企业家代表团，走进摩洛哥、阿联酋，走进吉尔吉斯斯坦、乌兹别克斯坦，深入调研当地纺织服装行业投资潜力与贸易环境，深化双方经贸合作，重塑全球产业链新优势。

跨山海、寻商机，夏令敏率队赴摩洛哥、阿联酋考察调研

9月21—29日，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、中国纺织工业联合会流通分会、中国针织工业协会联合组织纺织服装企业家代表团赴摩洛哥、阿联酋，开展投资调研及合作洽谈活动。代表团重点走访了当地投资主管部门、行业协会、龙头企业及中资企业，并通过走访座谈，深入了解当地投资环境、产业规划、市场需求及政策支持方向。

代表团由中国纺织工业联合会秘书长夏令敏带队，成员包括辽宁省纺织服装协会、江苏金辰针纺织有限公司、江苏新凯盛企业发展有限公司、贝德服装集团股份有限公司、南京利顿纺织科技有限公司、绍兴懿懿纺织有限公司、北京钦诚和科技有限公司、江苏港下双面呢市场管理有限公司、济南冻口服装有限公司等，覆盖面料、服装、家纺、专业市场等纺织服装产业链不同领域。

摩洛哥 聚焦产业需求，深化多维度合作

代表团与摩洛哥投资和出口发展署（AMDIE）、摩洛哥纺织和服装工业协会（AMITH）进行了联合工作会议。

摩洛哥投资和出口发展署（AMDIE）总经理 Ali Seddiki 先生向代表团介绍了摩洛哥的重点投资优势，主要是以下几个方面：一是长期保持国家政治局势稳定，为各类投资项目的落地、运营与长期发展提供了可靠的保障；二是高效辐射欧洲、非洲及中东三大核心市场，助力企业拓展多元市场版图；三是已建成符合国际标准的基础设施体系，同时构建了完善的工业与服务业生态系统，可以全

方位满足各类企业的运营需求；四是与全球50余个国家签订了自由贸易协定，为投资者提供免税市场准入待遇，可直接触达覆盖25亿消费者的庞大市场；五是拥有丰富且素质过硬的劳动力资源，不仅具备专业技能与训练基础，且人力成本具备市场竞争力；六是规划设立了10个工业加速区（其中6个为纺织专项工业区），在这些区域内将实行比摩洛哥其它地区更为优惠的税收政策。

纺织服装行业是摩洛哥重要的传统支柱产业，现有纺织服装企业1600多家，大多以服装生产为主，主要为欧洲零售商提供快时尚服装代加工，西班牙零售巨头INDITEX集团是摩洛哥纺织服装企业最重要的客户。摩洛哥现有纺织服装从业人员22万，纺织服装业产值占GDP的15%，长期稳居非洲对欧盟服装出口榜首。2024年，摩洛哥纺织服装全球出口额44.5亿美元，其中对西班牙出口27.3亿美元，占比高达61.4%，其余出口市场主要集中于法国、英国、德国、意大利等欧洲国家。

摩洛哥纺织和服装工业协会（AMITH）副会长 Alaeddine El Behraoui 先生介绍到，摩洛哥纺织和服装工业协会成立于1960年，有700多家纺织服装会员企业，协会在纺织服装企业比较集中的卡萨布兰卡、丹吉尔、非斯均设有分支机构。他指出，摩洛哥纺织业曾具备完整的全产业链优势，然而近20年来，随着全球化进程的不断加快，摩洛哥纺织业失去了往日的发展活力，行业对进口原材料的依赖程度大幅攀升，目前80%的原材料都需从国外进口，这不仅增加了企业的生产成本，也使得行业在原材料供应稳定性上面临较大风险。下一步，他希望能与中方重点拓展纺纱、织造、印染等上

游领域的合作。

会上，夏令敏介绍了中国纺织产业的整体情况、此行的主要目的以及未来合作的建议等。江苏金辰针纺织有限公司董事长殷金华、贝德服装集团股份有限公司执行副总裁高佩娜作为企业代表发言，希望通过考察产业生态，评估营商环境，对公司拓展非洲区域合作提供决策依据。

代表团重点访问了本地的龙头纺织企业 SOFTGROUP 以及知名企业 VITA COUTURE。

SOFTGROUP 高层 Ismail KABBAJ 先生对代表团的到来表示了热烈的欢迎，作为摩洛哥极具影响力的百年家族型企业，SOFTGROUP 自1918年创立以来，始终深耕纺织服装领域，现已构建起从纺纱、成品制造到终端销售的全产业链布局，稳居摩洛哥纺织服装行业龙头地位。SOFTGROUP 拥有摩洛哥首家织造工厂与首个印染园区，也是国际品牌迪卡依在非洲地区的最大供应商，其旗下成衣品牌 DIAMANTINE、Bigdil 拥有完善的终端销售网络，共开设了120家零售门店。SOFTGROUP 与中国企业保持着深度合作关系，工厂内40%—50%的生产设备源自中国，100%的纱线采购自中国市场，与国内知名企业建立了长期稳定的良好合作关系，成为中摩纺织产业协作的重要纽带。交流期间，代表团实地参观了 SOFTGROUP 的织造车间与印染车间，集团董事长亦与代表团展开深入友好交流，就行业发展趋势、合作机遇等议题交换意见，为双方后续合作奠定了基础。

VITA COUTURE 成立于2013年，是摩洛哥最大的服装企业之一，公司采用进口优质面料为基础，每日可完成15000米面料印花加工，每周打样200个服装款式，每月可生产50万件服装。目前，公司已与 ZARA、MANGO 等知名服饰集团建立长期合作，成为其重要的生产合作伙伴。为进一步贴近时尚前沿、提升设计协同效率，VITA COUTURE 还在西班牙巴塞罗那设立专属设计中心，深度融入欧洲时尚产业圈，实时捕捉流行元素与设计理念，为产品注入更贴合国际市场需求的时尚基因，持续强化在全球服装供应链中的竞争优势。VITA COUTURE 总经理 Mohamed BENAJIBA 先生表示，未来希望进一步深化与中国企业的合作，期待依托双方优势互补，在全球服装供应链协作中探索更多共赢可能。

代表团还实地调研了多个中资投资项目，包括丹吉尔科技城、华南集团（South China Group）及 OMEGA TEXTILE 等，深入了解项目建设进展与运营成效，尤其对于中资企业在当地运营中遇到的合规管理、供应链协同、市场拓展等实际问题，进行了坦诚深入的交流。

丹吉尔科技城（Tanger Tech City）是2016年由中摩两国元首共同倡议发起的旗舰合作项目，不仅承载着两国深化经贸合作的重要使命，更成为中资参与非洲基建与产业发展的标杆案例。

华南集团（South China Group）成立于1989年，主要产品包括各种登山背囊、休闲袋、运动袋等，在广东东莞、江西吉安均设有现代化工厂，并在柬埔寨布局了海外生产基地。为进一步响应合作伙伴需求、优化全球供应链布局，集团于2023年启动了摩洛哥项目（Eversun）的筹建计划，并于今年9月实现正式投产。

OMEGA TEXTILE 是中国温州企业在摩投资项目，已在摩洛哥落地经营17年，其位于卡萨布兰卡的工厂主要面对摩洛哥本土消费市场从事袜子生产，平均月产10万双，目前稳定吸纳250—300名本地人员就业。此外，为进一步拓展业务版图，OMEGA TEXTILE 还在摩洛哥塞达特地区追加投资，布局了专门生产运动鞋与拖鞋的新工厂。

阿联酋 签约促协作，挖掘市场新机遇

纺织服装业作为阿联酋经济的重要支柱产业，贡献了其国内生产总值（GDP）的10%；其中，迪拜凭借显著的产业规模成为该国纺织服装业的核心枢纽，年产值24亿美元。迪拜拥有352家成衣



代表团的走访调研为中摩、中阿双方合作筑牢根基。

生产工厂和4家纺织工厂，聚集了582家成衣批发商、9000家零售企业以及13000家成衣服饰门店，76%的成衣产品用于外销，核心出口目的地集中在中东地区、欧洲及美国三大市场。

代表团与迪拜纺织品贸易商协会（TEXMAS）进行了座谈交流，协会总经理 Ravi Bhashan 先生介绍，迪拜纺织品贸易商协会的创建是迪拜亲商政策的体现，它是迪拜最早成立的行业协会之一；目前，协会已与超过45个国家和地区的贸易机构建立了合作关系，中国是阿联酋最大的贸易合作伙伴，2024年，阿联酋从中国进口纺织品服装45.6亿美元。在 Ravi Bhashan 先生的陪同下，代表团还参观了迪拜纺织城。迪拜纺织城是由迪拜纺织品贸易商协会（TEXMAS）与港口海关和自由区管理局合作开发，为企业提供仓储、展厅、办公场所，入驻主体以纺织品批发零售企业总部为主，承接全球范围内的进出口订单，还同步开展零售布料销售与家纺产品分销业务，产品不仅面向迪拜本地市场，还辐射到非洲、GCC 国家、俄罗斯等周边地区，构建起了覆盖欧亚非多区域的纺织品流通网络。

迪拜义乌中国小商品城作为义乌小商品市场在中东地区的重要“出海”载体，集品牌展销、物流分拨、电商选品和区域总部等功能于一体，配套保税仓库、公司注册、海关、物流等一站式服务，支持批发、零售、电商及直播等多渠道运营。不仅坐拥迪拜得天独厚的地理位置优势与辐射中东、非洲、欧洲的物流网络，更传承了义乌市场“买全球、卖全球”的商贸基因，已成为中国商品进入中东及全球市场的重要桥梁。

在阿联酋开展交流期间，山东济南冻口服装城、江苏无锡双面呢市场分别与迪拜义乌中国小商品城签署了战略合作协议，标志着三方将在跨境商品流通、市场资源共享、产业协同发展等领域开启深度合作新篇章。

签约仪式结束后，代表团在迪拜义乌中国小商品城总经理傅春桁的带领下参观了市场，并进行了交流座谈。山东济南冻口服装城总经理刘学谦和江苏无锡双面呢市场董事长戴裕良均表示，希望借助迪拜义乌中国小商品城的海外平台，推动市场内优质的产品更高效地进入中东及周边地区市场，拓宽国际销售渠道。

夏令敏表示，此次战略合作签约，不仅是中国地方专业市场与海外商贸平台深化合作的具体实践，更为国内传统商贸产业“走出去”探索了新路径，对推动中国纺织服装产业与中东市场的深度对接，促进跨境贸易便利化，以及助力“一带一路”倡议下的国际商贸合作都具有重要意义。

此外，代表团还实地调研了迪拜 Marina Mall 与迪拜龙城，对当地纺织服装市场运营情况、产品销售现状有了更为深入的了解，探索国际化零售环境下的多元化商品结构与消费体验，挖掘中国产品与国际市场的联动机会。

此次投资调研及合作洽谈活动，紧扣高质量共建“一带一路”倡议，进一步深化了产业链供应链国际协同，为行业企业开拓海外新市场、培育发展新动能提供有力支撑，不仅夯实了中摩、中阿经贸合作的互信根基，更为后续双方在纺织服装领域开展深度合作创造了有利前提。（纺织贸促会 / 供稿）

走进中亚，深化纺织服装经贸合作

吉尔吉斯斯坦和乌兹别克斯坦是中亚五国中的重要经济体，与中国在纺织服装领域的合作尤为突出。中国是这两国纺织品服装全球采购最大来源国，2024 年，中国对吉出口纺织品服装总额 70 亿美元，五年内增幅达 316.7%；中国对乌出口纺织品服装总额 10 亿美元，连续十年保持增长。

为助力中国纺织服装企业开拓中亚市场，9 月 16—23 日，由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与中国针织工业协会联合组织的中国纺织服装企业家代表团走进中亚，深入调研吉尔吉斯斯坦、乌兹别克斯坦纺织服装行业投资潜力与贸易环境，深化双方经贸合作。代表团由中国服装协会常务副会长谢青带队，成员涵盖中国针织工业协会及上海嘉麟杰纺织科技、江苏开利地毯股份、绍兴市誉远进出口、浙江天强纺织、福建东南西北科技集团、新疆源峰纺织等企业高管，涉及纺纱、面料、服装、辅料、家纺等产业链各环节。

走访，从我驻外机构了解权威信息

中国驻吉尔吉斯斯坦使馆孙大鹏公参对代表团的来访表示热烈欢迎，他在发言中提到，吉尔吉斯斯坦自 2021 年新总统上台以来经济发展迅速，今年至目前为止 GDP 达到 11.7% 的增长率，也为投资者提供了一定的发展空间及政治保障。

近年来，该国房地产市场增速较快，中国企业在吉国的基础设施建设、矿产、能源和中吉乌铁路项目上的投资对当地经济产生了积极影响，提供了大量就业机会。同时吉国是欧亚经济联盟成员国，产品可免关税出口至成员国及独联体国家，显著增加了外汇。我国新疆地区的纺织业商人在吉国经营的面辅料市场异常红火，孙大鹏建议企业在吉国多调研，走访当地麦迪娜、多尔多依等面辅料市场，发掘投资及贸易机会，但同时也强调了企业在吉国发展时必须严格遵守当地法律法规，以确保稳健运营。

中国驻乌兹别克斯坦使馆孙岩商参热情接待了代表团，他从乌国的政治、经济等方面向大家做了全面介绍。乌兹别克斯坦与中国是全天候战略合作伙伴关系，近年来双方高层互访频繁，合作机制健全，在政治和外交领域取得显著进展，贸易数据及投资表现均呈现出积极增长态势，彰显了双方经贸合作的深化。中资企业由两年前的 1700 家迅速增长到现在的 4400 家，为当地的经济发展做出了较大贡献。

乌兹别克斯坦属于新兴市场，关注技术发展与产业优化升级，乌国是中亚人口大国，占比近 54%，每年新增人口约 80—100 万，平均年龄 29 岁，内需市场旺盛，与中国合作潜力巨大。2024 年人均 GDP3100 美元，预计未来的 7—8 年，将翻一番。乌国善于学习中国的发展理念和改革政策，积极发展 IT 业及人工智能，本地人素质及受教育程度在中亚国家中相对较高。孙岩希望更多的中国企业能够加入到乌国的经济交流、发展与合作中，帮助当地企业延长纺织行业产业链，提高产品附加值，推动双方共同发展。

交流，与当地行业协会及政府机构信息共享

吉尔吉斯斯坦缝纫协会主席迪莉娅女士在会议中介绍到，吉尔吉斯斯坦目前拥有 2 万余家大大小小的服装企业，以中小企业为主，产品多为品牌代工，出口俄罗斯及独联体国家，面料主要从中国绍兴柯桥进口，近年来与中国的合作也较为紧密，参加过中国纺织工业联合会的多次活动及 intertextile 面辅料展览会。

会议结束后，来自吉国的 20 余家企业来到会场与代表团企业进行了一对一商贸洽谈，当地企业对服装面料尤其感兴趣，互留了联系方式，期待达成后续合作。

会议在比什凯克郊区 Silk Way 园区举行，该园区是新建市场，将于 2025 年 10 月中下旬正式开业，商铺主要经营产品为各类百货、面料、服装等，产品均从中国进口，预计未来客商除了当地企业还有来自俄罗斯及中亚其他四国的企业。

代表团还与乌兹别克斯坦纺织服装协会举行了会谈，乌投资、工业与贸易部中国事务首席专家一同参会。协会副主席 Djasur 先生曾于今年



出访考察助力中国纺织服装企业开拓中亚市场。

9 月初拜访中国纺联。他向大家介绍，乌兹别克斯坦是世界上仅有的两个“双重内陆国”之一，位于中亚的中心，产品可免关税或享受优惠关税进入到 8 亿人口市场的独联体及欧盟国家。乌国盛产棉花，目前棉花产量为每年 80 万吨，棉纱企业较多，纺织上下游企业共 9500 家，120 万从业人口，目前行业的发展方向是生产合成纤维、面料及成衣。乌国计划设立三个自贸区，约 400 公顷，专注于发展合成纤维及面料的生产，逐步建立产业链，以减少对棉花的依赖，适应市场对合成面料及服装的需求及变化。Djasur 希望凭借乌国的地理位置及关税优势，在中国优秀的纺织技术人员的帮助下，利用中国的生产及运输经验，帮助乌国产业升级，促进两国行业深化合作。

会上，谢青诚挚邀请乌方协会负责人及乌投资、工业与贸易部领导参加纺织业“一带一路”新加坡论坛、世界服装大会及中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会。

调研，深入了解市场与企业

在吉尔吉斯斯坦，代表团走访了 Jasmir 和 Ago 两家当地服装企业，两家企业规模较小，主营梭织与针织服装，设备落后、工艺简单，产品均出口俄罗斯。代表团还走访了麦迪娜面料市场与亚洲商场。麦迪娜面料市场是吉国最大布料批发市场之一，市场封闭性与垄断性较强，产品价格低廉、竞争力强；亚洲商场是比什凯克市高档综合性商场，入驻服装品牌以俄罗斯或独联体国家小众品牌为主。

在乌兹别克斯坦，代表团在塔什干市及郊区走访了四家纺织服装企业：Diva Tekс 于 2009 年成立，有 5 家专卖店，主营新生儿及幼童针织服装，服装日产量 3000-4000 件、年产量 100 万件；Zelal Tekstil 2006 年成立，员工 4000 名，配备中国产现代化纺织机械，是集多环节于一体的综合性企业，日产面料 75 吨，客户覆盖多国，正筹备 12 万平方米新厂；Uztex Group 是乌国最大垂直一体化纺织企业，业务涵盖棉花种植至家纺，产品出口全球 45 个国家，年销售额 3 亿美元；Orzu Tekс 2006 年成立，主营针织面料与服装生产，年产针织衫 188 万件，产品出口独联体国家，自产面料 30% 自用、70% 外销。

代表团在乌兹别克斯坦还调研了两区一园工业科技经济特区并听取了园区代表介绍。

总结来看，吉尔吉斯斯坦与乌兹别克斯坦政局稳定，矿产及能源丰富，人口结构年轻，随着中吉乌铁路启动及中欧（亚）班列顺畅运行，借助两国关税优势，中国企业可进入 8 亿人口市场，建议从纺织原材料贸易切入，新疆企业可利用口岸便利性；俄乌战争以来，吉尔吉斯斯坦承接大量俄罗斯订单，设备需求激增，为中国纺机及面辅料企业带来机遇，但需注意其面辅料市场的封闭性，需寻求合适“中间人”；乌兹别克斯坦近年发展迅速，但纺织行业印染废水处理尚未规范，企业需关注水资源利用与废水处理，且该国化纤产业空白，国家计划大力发展相关领域，值得中国企业重点关注。（纺织贸促会 / 供稿）TA

竞合开启新局 擘画产业未来

2025 第八届世界布商大会新闻发布会在京举行

■ 本刊记者_徐长杰

在“双循环”的新发展格局下，中国纺织产业直面科技革命、绿色转型与区域合作的多重变革，站上了全球价值链重构的关键节点。如何把握机遇、共创未来，已成为全行业共同的核心议题。

10 月 11 日，2025 第八届世界布商大会新闻发布会在北京举行。会议宣布，第八届世界布商大会将于 2025 年 11 月 6 日在浙江绍兴柯桥举办。本届大会以“国际竞合——重构全球纺织价值链新格局”为主题，将深入探讨全球纺织产业在新时代背景下的竞争新态势与合作新路径。2025 WGSN 时尚未来大会、2025 柯桥时尚周（秋季）、第 27 届中国绍兴柯桥国际纺织品博览会（秋季）等十余场活动将同期举行。

以竞促合：在重构中凝聚行业共识

“纺织服装产业是连通全球市场的经济纽带，是融汇多元文化的交流桥梁，是促进产业融合的发展平台。”中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲在致辞中指出，全球产业链价值链面临系统性重构。以韧性为核心，产业布局从“效率至上”转向“安全并重”；以智能为方向，创新模式从“单点突破”转向“系统融入”；以价值为导向，发展逻辑从“成本优先”转向“责任为本”。

他表示，推动全球纺织产业的未来，不能“筑墙设垒”，而要“游园共赏”；不做“一枝独秀”，而要“满园春色”。对此，他提出三点倡议：一要以开放融通促发展。推动资本、技术、人才、数据等要素在全球范围内高效流动与优化配置，以最大程度的开放性对抗不确定性，共同捍卫全球产业链的安全与稳定。二要以协同创新提动能。把握数字化、智能化的时代机遇，以“人工智能+”的广阔前景赋能产业升级，驱动产业新范式的根本性跃迁，让科技创新的成果惠及全球纺织产业。三要以责任担当谋未来。将可持续作为产业发展的根本遵循和价值创造的核心，在文明互鉴中凝聚责任共识，构建人与自然和谐共生的价值共同体，为人类永续未来贡献力量。

柯桥实践：在国际竞合中展现新作为

作为全球纺织产业重要枢纽，柯桥始终走在改革开放前沿，在全球化新阶段展现强大韧性 with 活力。绍兴市柯桥区委书记袁建介绍，柯桥以科技创新与产业创新深度融合为路径，加快迈向“世界级产业基地、世界级大市场、世界级科创平台”。

预计今年前三季度，全区实现地区生产总值 1750 亿元、增长 7.4% 左右，外贸出口 1360 亿元、增长 10% 以上，中国轻纺城总成交额 3291.9 亿元、增长 10%。特别是柯桥建强省现代纺织技术创新中心，完善“概念验证—中试熟化—产业推广”全链服务，入选浙江重大改革典型案例，助力环杭州湾现代纺织服装集群成为国家先进制造业集群。

面向“十五五”新征程，第八届世界布商大会组委会已对接 60 多个重点国家和地区的国际机构、协会及企业，将呈现三大亮点：一是聚焦重构价值链，邀约多国政要、专家与行业领袖，研判趋势、探讨多元合作，重塑全球纺织价值体系；二是聚焦新质生产力，发布行业前沿成果。大会期间将发布《2026 世界纺织行业趋势展望》、“世界级现代纺织产业集群柯桥实践”、“柯桥优选”品牌等一系列重磅成果，展示 AI 赋能纺织升级案例，提供“柯桥方案”；三是聚焦竞合新格局，促进产业共赢发展。大会将力促全球纺织产业链在数字升级、新材料研发等领域深度对接，构建“开放包容、协同创新、共生共赢”的合作模式。



第八届世界布商大会将探讨全球纺织竞争新态势与合作新路径。

媒体聚焦：竞合时代的产业应对之道

在媒体采访环节，中国纺织工业联合会副会长阎岩表示，行业需聚焦三大发展方向：一是以创新夯实发展根基，深化产业“科技、时尚、绿色”发展，加快在纤维新材料、智能制造等方面的关键技术突破，增强中国纺织行业参与国际合作的底气；二是以协同优化产业布局，国内层面促进东中西部产业的协调发展，国际层面有序推进与重点国家和地区的技术对接、产能合作和市场融通，增强中国纺织产业链供应链韧性和安全水平；三是以绿色驱动价值升级，依托绿色制造体系优势，积极参与行业标准制定，推动全球制造绿色化改造，为世界纺织产业的可持续发展贡献中国智慧与力量。

“绍兴柯桥以‘一块布’织就产业梦与国际梦，现已形成从化纤、印染到面料、服装的完整产业链，销售网络覆盖全球 206 个国家和地区。”绍兴市柯桥区委常委、副区长、中国轻纺城党工委书记宋琪在媒体采访中指出，“十四五”期间，柯桥锚定现代化“国际纺都”目标，专业市场影响力全面提升，产业竞争力显著增强，科创引领力持续强化。面向“十五五”，柯桥将做深做实市场创新、科技创新、产业创新深度融合大文章，强化科技创新，锻造新质生产力；深化时尚赋能，提升价值创造力；践行绿色低碳，增强可持续发展力；拓展健康内涵，培育新兴增长点。

中国轻纺城集团党委副书记、绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会主任孙伟刚在采访中介绍道，为推动柯桥纺织从“全球规模最大”向“全球价值领先”跨越，重点推进四方面工作：扩大开放合作，织密“买全球、卖全球”贸易网络；壮大市场主体，精准培育与靶向引进并重；坚持创新引领，做强国际时尚发布平台；打造品牌高地，打响“柯桥优选”金字招牌，全力支持企业自主品牌建设。系列举措将全面提升柯桥纺织的附加值与影响力，推动柯桥纺织迈向全球价值链中高端。

“中国轻纺城集团主动求变，积极从传统市场管理者向‘纺织产业的综合集成服务商’转型。”浙江中国轻纺城集团股份有限公司党委书记、董事长潘建华指出，中国轻纺城通过三大路径实现这一目标：一是做强实体根基，树立专业市场新标杆，打造特色专营区，推动专业化升级；二是推动数字赋能，重塑纺织贸易新生态，建设“轻纺城大脑”，发展线上交易新模式；三是深化全链布局，激活产业增长新动能，建设海外展贸中心，打通跨境物流通道。

八载同行，世界布商大会已成为全球纺织产业发展的重要风向标。历届大会始终紧扣时代脉搏，从“科技、时尚、绿色”产业定位到新质生产力落地实践，持续为产业升级注入活力动能。在大会推动下，柯桥现代化“国际纺都”建设取得实质性进展，更有力促进了全球纺织产业链的协同发展。本届大会将继续肩负使命，为全球纺织产业在变革中把握机遇、在竞合中开创未来提供新方案。让我们相约柯桥，共同谱写全球纺织产业合作共赢新篇章。TA



中国轻纺城通过集聚化升级、精细化服务、全球化布局，构筑起难以复制的动态竞争力。



中国轻纺城凭什么领跑全球纺织专业市场？

■ 本刊记者_王利

从一条“河边布街”到万商云集的国际纺都，作为浙江省改革开放的“金名片”，中国轻纺城不仅是绍兴柯桥的产业之基与立城之本，更是中国纺织参与全球竞争的战略支点。如今的中国轻纺城是全球规模最大、经营品类最全的纺织品专业市场，销售网络遍布 206 个国家和地区。那么，中国轻纺城凭什么领跑全球纺织专业市场？

在“十四五”收官之年，《纺织服装周刊》特开设《市场观察》栏目，以“全球纺织产业坐标中的市场样本”为观察视角，先后深入中国轻纺城坯布市场、北市场、北联市场、东市场、联合市场、服装服饰市场一线，通过与市场负责人、经营户面对面沟通交流，进行产业链深度解构与市场生态全景扫描，解码建设纺织现代化产业体系进程中的中国轻纺城市场方案。

在采访中，记者发现，即便面临复杂严峻的国内外形势，中国轻纺城依然保持着蓬勃的活力，呈现供销两旺的繁荣景象。探究其背后深层次的原因，这正是多年来中国轻纺城市场充分依托柯桥纺织产业集聚优势，持续优化营商环境、深化全球布局，积极引导市场经营户不断创新，加速将纺织市场、纺织产业、纺织科创“三大优势”转化为“三个高地”的生动体现。

集聚化升级：建强从“丝”到“衣”全产业链

从一根丝、一匹布到一件衣，完整的产业链布局是中

国轻纺城的核心竞争力。中国轻纺城市场总面积达 390 万平方米，单体市场交易区 25 个，每年全球约四分之一的面料在纺城交易。从上游的聚酯纤维、化纤原料，到中游的织造、染整，再到下游的服装、家纺，中国轻纺城依托完整的产业链和市场产销体系，成为全球纺织产业链的重要枢纽。

产业发展，源头先行。作为国内举足轻重的轻纺原料集散地，中国轻纺城钱清轻纺原料市场汇聚了上千家优质纤维纱线供应商。这里不仅有常规的棉麻毛丝等传统原料，更不乏莱赛尔、竹纤维、石墨烯、再生纤维等各类新型材料，满足了市场多样化的需求。近年来，为鼓励具有创新能力和原创意识的经营户从纤维源头进行革新，中国轻纺城纺织新材料中心落户市场核心区域，引入兴发化纤、太极石股份、丰原生物、永荣锦江、三联新材料等国内化纤领军企业，为经营户的产品设计研发提供了强大支撑。

面料，作为中国轻纺城提升价值链的关键环节，是连接产业链上下游、塑造国际竞争新优势的核心纽带。在中国轻纺城的 25 个实体市场中，面料市场占据了绝大多数，且每个市场都各具特色。中国轻纺城坯布市场汇聚了来自全国各地的优质坯布织造厂家，为面料企业的创新发展提供了坚实的保障；中国轻纺城东市场犹如行业的“清北”之地，有着“中国时尚女装面料第一站”的行业地位；中国轻纺城北市场是柯桥区占地面积最大、营业房最多的单体市场，经营品类丰富多样，市场业态多元，是国内知名的高品质现货市场……这些面料市场优势互补，共同铸就了中国轻纺城“面

料王国”的美誉。

然而，中国轻纺城也曾面临“恨布不成衣”的发展困境。近年来，随着时尚创意产业的蓬勃发展，中国轻纺城积极引进国内外高端设计人才，实现了从单纯的“面料供应”向“时尚价值链”的成功转型。去年 7 月，中国轻纺城首个全球成衣选品中心“梵诗优品”盛大开业，巧妙融合了“柯桥面料、深圳设计、杭州直播”三大板块的优势，致力于打造全球最具影响力的服装供应链平台，充分展示了中国轻纺城在时尚创意领域的创新成果与强大实力。

精细化服务：在存量的基础上做优发展新增量

水深则鱼悦，城强则贾兴。近年来，中国轻纺城聚焦“一市一特色”的战略定位，不断优化营商环境，通过精细化服务和细分化布局，推进市场软硬件提升，重塑实体市场优势，从而盘活市场存量，做优发展新增量，积极打造现代化新型专业市场。

在全国各大纺织专业市场纷纷打响招商隆市保卫战之际，中国轻纺城坯布市场却交出了 2389 间营业房 100% 出租率的亮眼答卷。“一房难求”的火爆现象背后，是坯布市场以“硬环境+软服务”双提升、“空间重构+流量再造”双突破的创新实践成果。从厕所改造、电梯增设、停车系统优化到市场培训、线上新品发布会、展示贸易洽谈区打造，坯布市场不断细化市场服务的颗粒度，构建起“体验可量化、服务可感知”的全周期服务生态。

当数字化浪潮呼啸而来，中国轻纺城积极推动管理、交易、物流、仓储、生产“五脑”融合。各大市场也纷纷顺应潮流，不仅通过“布行天下”系列对接活动拓宽经营户营销渠道，还积极探索将线上流量转化为实体“留”量。中国轻纺城服装服饰市场目前已建成规模近 4 万平方米的电商直播基地，今年上半年基地累计销售额已达 2.4 亿元；中国轻纺城北联市场积极打造集成品展示、电商直播、国际贸易、展会对接等多功能于一体的成品窗帘展贸区，高标运营“帘想家”线上窗帘交易平台，打通市场 C 端和小 B 端窗帘供应链。

为构建每个市场的差异化竞争力，中国轻纺城坚持精准施策，挖掘每个市场的亮点，通过打造市场专营区，推动市场业态“蝶变”升级。在已有的北市场蕾丝网布专营区、东升路市场毛纺面料专营区和男装/裤装专营区、联合市场精品服装面料展示洽谈专营区、天汇市场绣品花边专营区等诸多专营区基础上，今年东升路市场的户外功能面料专营区正式开业，联合市场新增麻类面料专营区，北市场的绒布面料专营区试营业，引导同类型面料形成集聚优势。

同时，结合“水韵纺都”特色产业风貌样板区建设，中国轻纺城积极推动传统市场升级为文商旅产一体的创新综合体和文化新地标，实现市场交易区“全域提升、全域美丽、



系统重塑”。位于浙东古运河沿线的东市场、北市场、北联市场、东升路市场、联合市场作为该风貌区的重要组成部分，通过引进“水韵纺都”驿站、改造周边环境、举办国风新品发布会等有力举措，重点打造纺织文化和商业休闲相结合的特色节点，使市场风貌焕然一新，绽放江南水乡独特的文化魅力。

全球化布局：向着“世界级大市场”稳步迈进

作为建设“世界级大市场”的主阵地，柯桥区现代服务业创新发展的龙头引擎，近年来，中国轻纺城持续深化全球化布局，通过深入实施“丝路柯桥·布满全球”行动、构建高效物流体系、加快跨境电商和市场采购贸易方式创新实践等举措，进一步放大国际贸易优势，全力构筑“买全球、卖全球”的重要节点。

从北部丹东到南部深圳，从欧美到“一带一路”新兴市场，“丝路柯桥·布满全球”行动计划深入国内外主要纺织产业集群，推动柯桥纺织企业实现了与全球市场的深度对接。今年以来，“丝路柯桥·布满全球”产业精准对接会不仅走进山东济南、江西南昌、湖南长沙、河南郑州等国内纺织产业集群，还深入印尼、越南等多个国家，促成数百家柯桥面料企业与下游服装品牌实现精准对接，有效解决了供应链匹配难题，打通国内国际产业双循环。

海外服务网络是柯桥面料走向世界的“隐形高速公路”。近年来，中国轻纺城积极构建“海外站、海外馆、海外仓”三位一体的国际贸易新体系，畅通对外开放渠道。2025 年，中国轻纺城新设立俄罗斯站、土耳其站等 3 个海外站，并在缅甸、土耳其等国落地 9 家企业海外仓。同时，中国轻纺城积极构建高效物流体系，继中欧班列“柯桥号”之后，今年 8 月“柯新亚”跨境专线迎来首发，畅达亚欧纺织贸易大通道，提升全球流通能力。

在巩固国际贸易优势的基础上，中国轻纺城一方面通过高标准举办世界布商大会、柯桥国际纺博会和柯桥时尚周，集聚全球优质资源要素，不断提升国际影响力；另一方面积极融入国际时尚潮流，引领柯桥纺企从幕后走向台前，提升时尚话语权。在去年的米兰时装周“柯桥日”上，利国泰、米尚纺织、璞兴纺织、易灿纺织等众多市场经营户纷纷登上国际时尚舞台，联袂展示“国际纺都”的时尚引领力。

基于对中国轻纺城的深度观察，可以发现：中国轻纺城从未局限于一个静态的交易场所，而是有机的生命体，在不断进化中重构专业市场的内涵。集聚化升级让其产业链完备且富有活力和创新动力；精细化服务则深耕营商环境、优化软硬条件，为市场注入源源不断的发展活力；全球化布局更是让中国轻纺城立足本土、放眼世界，以积极的姿态融入全球产业链。中国轻纺城的创新实践证明，传统专业市场不仅能穿越周期，更能构筑起难以复制的动态竞争力。T+1





建宝纺织：深挖一米，远看千里

■ 本刊记者 _ 王耀祖



吕丹妮

在柯桥这座被誉为“国际纺都”的活力之城，浩渺的市场和如织的客商背后，竞争力的核心始终锚定在两个字之上——面料。这里的每一家企业都是全球纺织产业链上的重要一环，它们以布为生，因布而兴，更在不断思考如何在转型中“织”出新未来。当传统经济增长模式遇到瓶颈，“专精特新”成为柯桥纺织企业迈向高质量发展的重要路径。

其中，绍兴市建宝纺织有限公司（以下简称建宝纺织）正是“专精特新”的践行者与成功典范。它以逾十年的专注与创新，诠释了如何将一块呢料做深、做透、做出新意，走出一条“单品极致”与“趋势引领”相辅相成的特色发展之路。

单品极致，跨界新生

“将单品做到极致”不仅是一句口号，更是企业实现持续成长的核心战略。它意味着企业必须沉心静气、深耕产品，通过持续的技术创新与细节打磨，将一类产品做到高水平。这种高度专注的策略，使企业能够在激烈的市场竞争中开辟出属于自己的差异化赛道——不以规模取胜，而以品质与特色见长，最终走出一条“小而精、特而美”的可持续发展之路。

专精特新，产品先行。作为深耕呢料领域十余年的企业，建宝纺织始终专注于面料研发与工艺创新。企业以单面呢为基础，逐步拓展产品矩阵，先后开发出龙凤呢、双面呢等中高端面料。通过持续叠加斜纹、条纹等织造工艺，不仅提升了面料的质感与美观度，也增强了产品的功能性和差异化竞争力。从单一到多元、从基础到复杂的演进路径，使得建宝纺织在呢料细分市场中不断突破、精益求精。

这一战略的成效不仅体现在产品本身，更延伸至整个价值链。建宝纺织总经理吕丹妮深知，“将单品做到极致”并非闭门造车，而是要以开放的姿态，联动整个生产链。从纱线起步，历经坯布染色、拉毛等各个环节，吕丹妮均亲自督控，以确保色牢度、抗起球性等关键指标均达到行业领先水平，严格保障生产品质达到高标准。

吕丹妮表示：“在针织刺毛、梭织拉毛等加工研发的过程中，我们也会思考如何去提升产品的竞争力，如何去拓展产品的应用场景，如何去满足消费者的多样化需求，以满足市场对‘特而美’产品的最高期待。”

因此，建宝纺织并未将呢料的应用局限于传统大衣服饰领域，而是积极探索“面料跨界”的创新模式，将自主研发的高品质龙凤呢、双面呢等产品，创新应用于家居软装领域，如高级沙发套、时尚抱枕及艺术装饰毯等。企业拓展呢料的消费市场的同时，通过与家居产品更频繁的触达，强化了消费者对建宝纺织面料“特而美”的品质认知，从而在细分赛道中构建起更强的品牌壁垒和增长动能。

洞察趋势，织就先机

在当今快速变化的纺织服装行业中，趋势预测已成为面料企业应对市场不确定性、把握商机的关键能力。它不仅是产品开发的指南针，更是企业构建竞争优势的核心战略工具。通过精准把握消费趋势、技术动向和设计潮流，纺织企业能够在激烈竞争中找到差异化发展路径，实现被动接单到主动引领的转变。

趋势预测帮助企业准确把握市场动态，指导产品精准定位。十余年前，建宝纺织正是凭借对时尚趋势的敏锐洞察，及时捕捉到毛呢时装帽的爆火势头，成功实现了从里料到呢料的战略转型。这一转变真实体现了企业对外部市场变化的快速响应能力，也凸显出趋势预测对企业产品结构优化的指导价值。因此，在后续产品研发中依旧以趋势预测为依据，持续对市场潮流进行深度剖析。

“我们会对一些时尚品牌进行剖析，对未来一段时间的流行元素进行系统性拆解，包括色彩倾向、材质创新和设计细节等。通过对多角度的交叉分析，我们能够捕捉到初露端倪的共性趋势，进而将其转化为面料开发的具体方向。品牌动向分析使我们不再停留在被动响应订单的阶段，而是能够提前准备契合市场走向的产品方案，为客户提供更有竞争力的选择。”吕丹妮分享道。

据了解，建宝纺织自主研发了一款名为“维多利亚”的面料。通过趋势分析，建宝纺织以水波纹为基底，使用染色刺毛工艺，实现了视觉效果与触感层次的显著提升。在 2024 中国国际纺织面料及辅料博览会上，这款面料凭借其独特的风格与工艺吸引了包括意大利在内的多个国际客户的关注，并现场获得订单。今年，随着多家国际时尚品牌在新品中采用该风格面料，建宝纺织进一步收到了更多订单，展现出趋势前瞻与产品创新所带来的持续竞争力。

从建宝纺织的实践中我们看到，柯桥企业的转型升级，正源于这种“深挖一米”的专注与“远看千里”的格局。它生动诠释了“专精特新”的深刻内涵：“专”于核心技艺，“精”于品质细节，“特”于差异价值，“新”于跨界应用。吕丹妮带领她的团队，以一块呢料为支点，不仅撬动了家居新市场的增长空间，更精准锚定了国际时尚的潮流风向，让世界看到了柯桥面料不止于“量”的规模，更有“质”的突破与“智”的创造。TA



建宝纺织生动诠释了“专精特新”的深刻内涵。

Focus / 聚焦

2025 纺城新生代创新班圆满收官

近日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会、中国纺织信息中心联合主办的“2025 纺城新生代创新班”（第四期）在山东省滨州市愉悦家纺有限公司举办。来自宝纺印染、叁六纺织品、花册纺织等柯桥纺织企业的 25 位新生代企业家参加了本次活动。

活动现场，愉悦家纺总经理王玉平以企业转型实践为例，分享了愉悦家纺发展大健康业务的宝贵经验；愉悦家纺 AI 设计部、产品研发部相关负责人则分享了数字化浪潮赋能企业品牌化升级的案例。同时，来自各个领域的专家学者围绕传统文化中的管理智慧、纺织产品全生命周期管理、纺织新产品开发的黄金法则等进行了主题演讲。

本次活动聚焦“核心竞争力的构建与提升”主题，汇聚纺织产品开发中心、愉悦家纺、赛趋科、九思书院等机构和企业的专家力量，带来了一场关于产品开发、数字化设计、品牌化发展、供应链管理的知识分享。这一系列的分享活动为柯桥新生代企业家搭建了系统知识框架，为企业长期稳定发展注入新动能。本次活动落幕，也标志着 2025 纺城新生代创新班圆满收官。

今年 7 月份以来，2025 纺城新生代创新班 55 名柯桥新生代企业家走访了恒田企业、太平鸟服饰、牧羊人服饰、愉悦家纺四家行业龙头企业。活动主题从“全球化战略布局与规划”、“品牌的传承与创新发展”到“数智化优化升级”，再到“核心竞争力的构建与提升”，多位专家在创新班上分享前沿趋势与实战经验，让每一次分享交流都成



纺城新生代创新班系列活动为柯桥纺织产业高质量发展注入了持久活力。

为企业破局的蓄力之举。

中国轻纺城建管委相关负责人表示，新生代企业家的成长关系到柯桥民营经济的高质量发展大局，唯有持续赋能新生代企业家的能力和视野，才能为柯桥纺织产业注入不竭动力，加速纺织现代化产业体系的构建。作为 2025 柯桥天天时尚的重要组成部分，纺城新生代创新班系列活动通过资源、技术的共享真正将成长势能转化为企业发展的内生动力，为柯桥纺织产业高质量发展注入了持久活力。（唐小狄）

柯桥国际设计师品牌中心 迎来“星”动力

当一双采用 3D 打印技术一体成型的跑鞋亮相柯桥国际设计师品牌中心，它所呈现的不仅是前沿产品的魅力，更是产业生态升级的生动缩影。近日，全球领先的 3D 打印一体鞋品牌——星世线（STARAY）正式入驻该中心，成为推动柯桥时尚产业发展的又一块重要拼图。

据介绍，星世线品牌创立仅两年，销量已从初期的 2000 双跃升至全球 10 万双，并成功进入日本、迪拜等市场，其发展需求与中心的定位高度契合，入驻中心后将有力推动其拓展海外市场。

由中国轻纺城建管委主导的国际设计师品牌中心项目，自 2024 年启动以来，始终围绕一个清晰目标展开：汇聚国际时尚资源，以创新设计赋能中国时尚产业，同时依托柯桥强大的制造供应链，为设计师提供从创意到成品的全方位支持。通过融合国际原创设计、电商红人资源与纺织产业基础，中心致力于搭建起国际设计师、柯桥纺织与中国制造之间的桥梁，打造具有全球影响力的时尚设计交易与品牌孵化平台。

目前，中心已配备中央板房、独立设计师工作室、共享摄影棚、直播间、选品中心及发布中心等完备设施。中心积极发挥“连接器”作用，吸引了“UNCODED”“熏若”等 16 家品牌入驻。同时与“典俪纺织”“美尚美”“生然时尚”等数十家柯桥本土面料企业建立深度合作，确保设计师能第一时间获取最新面料。接下来，中心还积极对接非遗大师与手工艺人，推动时尚设计与传统工艺融合创新。

从面料之城迈向时尚策源地，柯桥的转型路径日益清晰。柯桥国际设计师品牌中心正以开放的态度，汇聚全球设计智慧，推动柯桥时尚产业迈向新高度。（边吉洁）

中国轻纺城服装服饰市场“促销焕新”



促销活动有效激活了商户的经营活力。

国庆假期，中国轻纺城服装服饰市场进行了“家国同庆 亲子同行”活动，向消费者发放了十万元消费券，有效激发了市场活力。活动期间，市场人气旺盛，客流量明显增加，不少商

户表示销售额较节前有显著提升。据了解，本次国庆活动，市场通过线上渠道，精准触达市场周边五公里范围内的潜在客群，成功实现了初步的客流引入。为进一步提升滞留时长与消费意愿，市场内部特别打造了多处亲子打卡点，为家庭客群提供一个消费之外的休闲场地，通过提升购物过程的愉悦感来延长顾客停留时间，从而自然带动消费，实现了“打卡引流”与“场景化销售”的无缝衔接。

线上消费券的发放，是中国轻纺城服装服饰市场近年来推动数字化营销的常规动作之一。市场在每年的“五一”、“十一”和元旦等重要节点均会举办购物促销活动，推出线上消费券发放机制。该机制不仅大幅提升了促销活动的触达效率和核销便利性，更有力推动了线上流量向线下门店客流的转化。

作为传统零售业业态转型的代表，中国轻纺城服装服饰市场在促销活动的助力下，不仅有效激活了现有商户的经营活力，也为市场的招商隆市工作注入了新动能。未来，市场将持续优化业态布局，强化产业链服务能力，通过线上线下融合发展进一步盘活市场资源、挖掘潜在增量，推动市场实现高质量转型。（王耀祖）

化纤之道， 三大分论坛热议行业焦点

在第 30 届中国国际化纤会议（海宁 2025）举办期间，除主会场议题外，围绕化纤产业绿色发展、品牌协同创新、材料技术突破三大核心方向，主办方还同步召开了“金彩·绿色低碳发展论坛”“桐昆·纤维与品牌价值创新论坛”“宏源·纤维材料创新论坛”三大分论坛，深入探讨行业发展。

第 30 届中国国际化纤会议之金彩·绿色低碳发展论坛：

以循环性提升与环境足迹优化加速绿色转型

■ 本刊记者 _ 郭春花

近日，第 30 届中国国际化纤会议之金彩·绿色低碳发展论坛，由浙江金彩新材料有限公司与化纤产业技术创新战略联盟合作举办。“金彩·绿色低碳发展论坛”聚焦绿色纤维研发、绿色环境治理、绿色装备应用三大核心方向，汇聚行业企业分享实践经验，为领域内低碳技术落地与模式创新搭建交流平台。中国化学纤维工业协会副会长兼秘书长关晓瑞等出席论坛。浙江金彩新材料有限公司总经理孙侠担任论坛主席及主持人。

作为国家级专精特新“小巨人”企业，浙江金彩新材料有限公司深耕色母粒、改性塑料及功能母粒领域，拥有 110 项专利、6 项国家标准及 6 项行业标准，两次斩获中国纺织工业联合会科技进步奖二等奖。

会上，浙江金彩新材料有限公司副总经理张堂俊介绍了公司功能母粒的发展情况。目前，金彩功能母粒产品矩阵丰富，涵盖石墨烯母粒、薄荷凉感母粒、白色导电母粒、茶多酚抗菌消臭母粒、吸光发热母粒、远红外线发热母粒等 20 余类，多项性能达行业顶尖。这些产品广泛应用于化纤、汽车、医疗、航空航天等领域，为下游企业提供高效解决方案，既彰显我国功能母粒技术突破，也为相关产业升级注入新动能。

化学纤维行业正以循环性提升与环境足迹优化为核心加速绿色转型，相关评估研究为产业升级提供关键指引。SGS 通标标准技术服务有限公司中国区可持续业务创新委员会总监王安介绍了常见纺织材料的再生过程及其对环境的影响评估，提出在设计 and 开发中考虑环境因素的系统方法，旨在减少产品整个生命周期中的负面环境影响。

浙江海利环保科技股份有限公司深耕再生涤纶领域，该公司副总经理李佩枝介绍，海利

环保导入多品牌社会行为准则，积极构建完善 ESG 体系，在多方面推动公司发生较大转变，赋能公司可持续发展，如降低经营风险、提升竞争力，持续“践行绿色责任，共建美好家园”使命，为纺织产业绿色发展提供范例。

研发可降解涤纶一直是行业重点关注的话题，此次会上，浙江恒逸集团发布的蓓特尔®生物可降解涤纶，为解决微纤维环境问题、响应限塑令提供新方案。

浙江恒逸石化研究院有限公司高级工程师李家旭介绍，蓓特尔®生物可降解涤纶从分子结构设计入手，通过单体共聚的改性方式，向传统涤纶中添加“降解因子”，使其具有原生的生物降解能力。

绿色发展背景下，化纤行业节能降碳需求迫切。山东嘉富能源科技有限公司推出的软硬件一体化智慧空压站系统，破解工业空压系统 40% 能源浪费痛点。公司首席技术官孔德文介绍，该系统含超高效节能装备、AI 智控系统 & 云平台，通过 SVM 用气预测、等功率分配算法，精准匹配用气需求，实现大幅度节能。

思安新能源股份有限公司智慧综合能源解决方案，以能源综合、技术综合和环节综合的立体化架构，为企业提供投资、建设、运营和管理的一站式、全方位的能源管理服务，实现显著的节能降碳。该公司综合能源技术副总经理肖鹏介绍，方案采用多项自研能源装备产品，通过绿色能源耦合利用、智能控制升级、智慧能源管理等多维度协同，如蒸汽系统智能控制等，全面提升能源利用效率。应用后厂区综合能耗降 5%—10%，能源费用减 10%—25%，碳排放降 15%—30%。



论坛现场。

合肥利夫生物科技有限公司推出全球率先实现量产的 100% 生物基聚酯 BioFleax™，成为行业绿色变革的重要推动者。该公司品牌经理陈邻伊介绍，该产品以天然植物资源及农林废弃物为原料，核心是呋喃材料，作为全球唯一量产的全生物基聚酯材料，性能卓越。对比传统 PET, BioFleax™纤维回潮率提升 4—5 倍，还具有天然抗菌、本征防晒等特性，且环保特性贯穿全生命周期。产品覆盖纺织品、包装等多领域，ECOPEF™包装可应用于食品饮料等领域。

围绕“双碳”目标，我国有关部门出台了一系列产业政策，部分政策与化纤行业息息相关。中国化学纤维工业协会发展部副主任刘世扬介绍，近年来，行业自身在基础研究、产业结构优化、能源结构调整、绿色制造标准等方面开展了诸多工作。同时在政策、标准与市场多方协同发力下，化纤行业在绿色发展方面成效显著。对于下一步如何绿色发展，他建议在整体层面上，要坚守效益为核心、“反内卷”；中观层面上，要践行绿色发展理念；微观层面上，要找到适合自己的方向。总体来看，要建立健全绿色制造认证的支撑体系。

第 30 届中国国际化纤会议之桐昆·纤维与品牌价值创新论坛：

聚焦材料、面料与品牌协同发展

■ 欣岳 / 文

9 月 25 日，由中国化学纤维工业协会与 GOIF 承办的第 30 届中国国际化纤会议（海宁 2025）之桐昆·纤维与品牌价值创新论坛成功举办。

GOIF 户外创新执行主编朱彤、东华大学环境科学与工程学院高级工程师陈向玲、北京服装学院运动时尚创新研究院院长邵新艳、亚瑟士（中国）商贸有限公司服饰研发经理孙玉婷参加圆桌对话，围绕材料创新方向、研发成果转化、应用与突破趋势、品牌价值提升，探讨如何破局产业增长。

朱彤：桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 将如何影响运动户外产业的发展？最值得关注的创新方向是什么？

陈向玲：首先是原料层面上重塑了户外品牌的底层逻辑。

其次是产品功能上，纤维向精细化、定制化发展，如自适应纤维可依运动场景调节，适配徒步、登山等场景，细分户外鞋服市场。

还有运动体验方面，纤维升级为“健康管理系统”，未来纤维创新可关注生物基弹性体、生物可降解等方向。

孙玉婷：户外服饰难从款式突破，需从原材

料着手。

亚瑟士也关注“自适应”方向，除温湿度触发自适应，紫外线（UV）触发自适应同样值得探索，这种能随环境变化调整功能的纤维能匹配复杂场景，为用户带来更好体验，是户外产业创新的重要突破口。

朱彤：很多前沿纤维技术在实验室里表现出色，但落地到实际应用中却会“水土不服”。材料创新和面料创新走向品牌端时，最大的“翻译”难点是什么？又该如何克服这一难题？

陈向玲：“翻译”这个词用得非常精准。实验室前沿材料指标优异却难落地终端，核心是开发思维与产品思维有差异，需重塑价值并适配产业链。

首先，实验室侧重单项性能突破，户外服装却需柔软、亲肤等综合性能，且要兼顾美学，如果为了单项性能牺牲其他指标，消费者和品牌商都不太能接受。

其次，生产规模与成本适配问题。实验室以“克”产纤维，不计成本；企业以“吨”生产，需考量成本、产业链适配、设备工艺及消费者价格接受度。

再者，实验室仅几次测试验证性能；户外产品需经反复摩擦、日晒、清洗仍保持稳定。

第 30 届中国国际化纤会议之宏源·纤维材料创新论坛：

纤维创新的多维路径

■ 秦悦 / 文

为推动纤维材料前沿技术交流与产业协同创新，9 月 25 日，第 30 届中国国际化纤会议之宏源·纤维材料创新论坛在海宁举行。论坛围绕智能纤维材料、功能纤维材料、数字化装备等热点领域展开深入探讨，呈现了纤维材料及其工艺、技术、装备等方面的创新发展及趋势。

宏源科技经历了近 70 年的发展历程，服务化纤行业 40 余载，创造了多个行业第一，为我国纺织化纤行业进步作出了积极贡献。无锡宏源机电科技股份有限公司党委书记、董事长陈志宏表示，当前，化纤行业正在迎来高端化、绿色化、数字化新一轮转型升级，宏源科技将不忘初心，为化纤工业创造更高价值，赋能行业高质量发展。

“功能与智能纤维材料未来市场前景广阔，需求量逐年增加。”武汉纺织大学教授王雯雯在题为《刺激响应智能纤维材料》的报告中指出，刺激响应智能纤维可以满足纺织服装舒适性及自适应性的高要求。

纺织产业综合研究所原料及纤维部组长林炜翔以《新一代机性能纤维高分子开发及应用》为

题，重点介绍了 AquaBreath® 感湿耐隆纤维和 Aeroporo® 微多孔轻量聚酯纤维的研究方法与功能特性。

无锡宏源机电科技股份有限公司副总经理何小明在题为《智能驱动·创新领航——数智化纺机赋能化纤产业升级》的分享中，针对化纤行业高端产品与核心技术有待突破、大规模离散生产场景普遍存在、行业数智化发展较慢等痛点，介绍了宏源科技的解决方案。

中国纺织科学研究院有限公司高性能纤维与纺织复合材料研究所副所长李婷以《生物基碳材料及其多元化应用研究》为题作报告。她表示，中纺院以 Lyocell 工业丝为原丝探索开发生物基预氧纤维、碳纤维等，从原丝制备、热稳定化到应用探索评价全链条进行了系统研究。此外，还介绍了团队自主研发的多维织造应用成果。

帝人株式会社电池部材 / 薄膜部门技术顾问华国飞围绕《功能性极细碳纤维 Potencia®》，展现出作为新一代导电材料的潜力。

最后，材料端讲专业数据，消费者更关心“暖不暖、变不变形”，如何转化科技指标为消费者能感知、愿意买单的价值点也很关键。

邵新艳：克服“翻译”难题，一要全产业链围绕个性化需求协同创新，二要建立参数到价值的转化机制，以可视化、场景化让消费者感知价值，也让材料端理解终端需求。

朱彤：在未来，是材料科学驱动设计美学，还是设计需求倒逼材料革命？我们行业的话语权会更多地向产业链的哪一端倾斜？

邵新艳：从长期发展来看，科技是设计的底色和根基，但短期来看，设计需求能为材料创新提供明确方向，两者始终相辅相成。

至于行业话语权，我认为会向“协同能力更强”的环节倾斜。比如具备强大供应链整合能力的品牌，或能提供一体化解决方案的材料企业，都将在未来行业发展中占据重要地位。

孙玉婷：现在消费者的需求越来越多元，这必定需要双向驱动。像我们亚瑟士目前在研发中，会强调“机能美学(Function of Beauty)”的概念，要在研发初期就兼顾功能性与美学设计。这种“双向协同”的模式，能让产品更贴合市场需求。

苏州纽迈分析仪器股份有限公司技术总监冯冲在《低场磁共振技术在化纤产品质量控制中的创新应用》的报告中，介绍了低场核磁技术在纤维含油率定量测试中的工作原理和应用案例。

长丝卷绕机作为碳纤维、超高分子量聚乙烯纤维和芳纶三大高性能纤维生产的核心装备，其技术创新与国产化进程尤为关键。嘉兴胜邦机械设备有限公司董事长李长琦聚焦《高性能纤维长丝卷绕机的技术创新、发展与未来展望》，系统梳理了三大高性能纤维的性能特点、生产工艺、国内产能布局及政策支持环境，并重点分析了卷绕机在纤维成型过程中的核心作用。

“如何通过环境友好型方法制备力学性能更好的高强高模纤维素纤维，已成为国内外纤维界关注的焦点。”天津工业大学材料科学与工程学院实验中心主任宋俊以《氢键自组装纤维素侧链液晶构建及其高强高模纤维的制备》为题进行了分享。

本次论坛不仅为与会者提供了深入了解纤维材料科技前沿的窗口，也为纤维新材料在未来产业布局中抢占先机注入了新活力。**17A**



会议现场。

探寻滤材净化的“潜力股”

天台液体过滤产业创新大会共启发展新程

■ 韩竞 / 文

“绿水青山就是金山银山”，气、液、固体过滤的净化“家族”大有可为！过滤与分离用纺织品这个利润率过十的“潜力股”行业，既覆盖从传统工业到新兴产业、高技术产业，应用广泛，更拥有不尽其数的丰富品类满足不同领域、不同对象、不同场景，细致精准。随着全球环保意识的不断提升和工业化进程的日趋加快，液体过滤材料的需求呈现出稳步增长的趋势。

10月11日，天台液体过滤产业创新大会在浙江天台举行，我国液体过滤产业链专家、学者、企业家、从业者汇聚一堂。会议由中国产业用纺织品行业协会主办，天台县产业用布行业协会承办，浙江严牌过滤技术股份有限公司支持。中国纺织工业联合会副会长李陵申，中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅、副会长段守江，天台县人民政府副县长姚峰、政协主席周祖北，天台县经信商务局局长郑日，天台县产业用布协会会长张式泽，浙江严牌过滤技术股份有限公司副董事长陈平，以及国内过滤与分离用纺织品行业的高校院所和产业链企业，天台县相关部门和集群企业代表等270余人参加会议。

聚焦健康生态向心力

2025年是我国“十四五”规划的收官之年，更是擘画“十五五”发展蓝图的关键节点。李陵申在致辞中表示，聚焦产业用纺织品领域，行业已进入“稳中有进”的新常态，实现了质的有效提升和量的合理增长。过滤与分离用纺织品作为其重要领域之一，我国液体过滤产业经过多年的快速发展，在规模体量、产业体系完整性、市场应用开发、科技创新支撑等方面具有显著优势。液体过滤材料主要用于液体物料净化、颗粒物回收、工艺用水及饮用水净化等，以机织、针织、编织物滤料等为主，近年来非织造滤料的应用比例不断提升，静电纺丝、熔喷、膜材料受到业内广泛关注。随着全球环保意识的不断提升和工业化进程的加快，液体过滤材料的需求呈现出稳步增长的趋势。2024年国内液体过滤材料市场总额在50亿元左右，同比增加10%，常规应用领域的利润率在10%—15%。

“十五五”期间，智能化、绿色化、差异化和高端化发展已成为行

业发展的共识。对于液体过滤产业的可持续发展，李陵申建议要聚焦行业关键技术，锻造核心竞争力；强化质量品牌效能，重塑产业新优势；优化理性健康生态，凝聚行业向心力。在政策层面，国家将继续在民营经济、科技创新、扩大内需、市场体系建设等方面出台一系列政策，进一步释放创新活力和内需潜力，营造更加适宜的宏观环境。在行业层面，产业用纺织品长期竞争优势依然稳固，完整的产业链配套能力、持续迭代的技术创新体系以及庞大的内需市场支撑，为行业转型升级提供了战略纵深机遇。

姚峰致辞说，天台县聚焦产业提质增效，推动科技创新与产业创新深度融合，形成了以产业用布等六大产业为主导的“132X”百亿产业集群体系。天台县是2002年被列入首批纺织产业集群试点进行培育的，经过20余年发展，已经形成了以严牌过滤、华基环保、恒泽科技等龙头企业引领，200多家生产企业齐头并进的发展态势，是国内规模最大的过滤材料生产基地和销售基地之一。

当前，天台县正深入实施“工业强县”战略，加快新型工业化，培育发展新质生产力，打造“智造名城”。天台正在以“无事不扰、有需必应”的营商环境，让企业全力以赴谋发展、轻装上阵闯新程。推动过滤布行业不断完善创新链、提升价值链，努力把天台建设成为全球重要的液体过滤产业研发与制造基地。

协同治理构筑新优势

李桂梅在会上作《我国过滤与分离用纺织品的现状与展望》主旨报告，介绍了其发展情况、工程应用案例、产业展望等部分。她谈到，产业用纺织品是纺织工业科技创新最为活跃的领域，是国家战略性新兴产业的重要组成部分，产量发展是超越传统纺织、横跨诸多领域的多元化高科技产业。2024年行业经济运行总体呈恢复性增长的态势，今年前7月行业工业增加值保持同比增长，且高于纺织行业平均水平。

2015—2019年大气污染治理等环保政策出台促进了过滤用纺织品行业的需求与发展，烟尘治理、空气净化、液固分离等滤材领域得到较

快发展，占产业用纺织品纤维加工量的比重也快速提高。2024年，我国过滤用纺织品领域纤维加工量达到172.9万吨，同比增长5%，近十年的平均增速为6%，目前约占我国产业用纺织品行业总量的8.1%。过滤与分离用纺织品企业已经建立了从高性能纤维到工程服务的完整产业链条，具有很强的竞争力。而且随着精细过滤、超滤微滤等高性能产品的不断研发和应用，液体过滤纺织品在医药、食品、化工、能源等领域的应用规模稳步增长。

通过对浙江严牌、华基环保、辽宁博联等公司的液体过滤案例分析，李桂梅强调，过滤纺织品正从“单一过滤”向“协同治理”转型。突破核心材料技术、降低成本、提升过滤效率是产业化关键，而新型过滤材料将促进石化、钢铁、水处理、空气净化等行业更加绿色与高效。未来要加快构建新发展格局，培育行业新质生产力，开拓高端应用市场，为国民经济各领域提供坚实支撑，构筑行业国际竞争新优势。

“立足工业强县、迈向智造名城”，郑日全面介绍了天台打造高质量发展产业高地的相关情况。天台工业经济具有块状经济明显、上市公司众多、拳头产品占有率高、平台空间广阔的特点。液体过滤产业是天台产业用布的核心组成部分，也是天台县产业体系中最具竞争力的细分领域之一。2024年全县产业用布产值78亿元，销售额占全国的30%以上。液体过滤产业有望成为又一个百亿级产业集群。

“推动产业高端化、智能化升级，筑牢智造根基；拓展国际国内市场，构筑开放大格局，提升天台制造国际知名度；优化营商环境，夯实发展底气，健全企业直通服务机制。”他介绍，下阶段，天台县将深入实施“工业强县”战略，以培育新质生产力为核心，重点从这三方面发力，推动天台工业经济特别是产业用布行业向高攀、向新进、向智转。

产业追求场景适配度

上海化工研究院教授级高工都丽红介绍了机织滤布在液体过滤领域的应用工况和选型要求。在液体过滤领域，织造滤布是目前用量最大的一类过滤介质，广泛应用于石油化工、冶金、纺织的传统工业，环境、海洋、新能源的新兴产业，以及生物、制药的高技术产业。其选型方法有赖于过滤目的要求、设备类型、过滤对象来源和参数，以及滤布成本等方面。选型的正确与否直接关系到过滤效果、生产成本和设备运行稳定性。

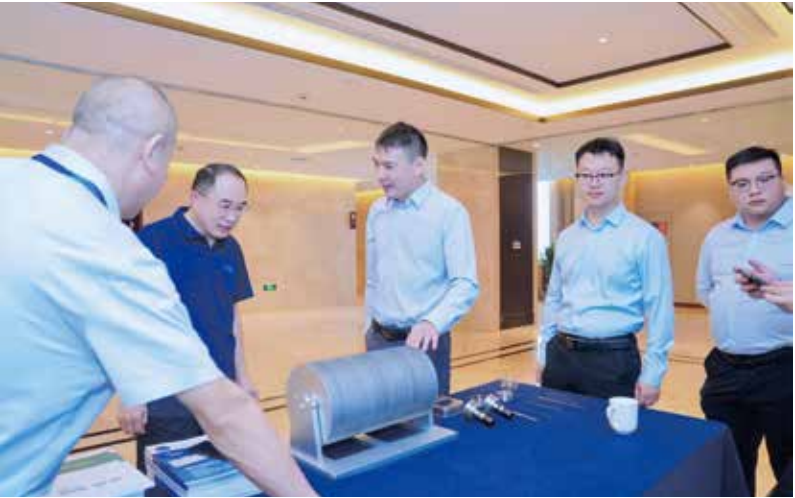
浙江严牌过滤技术股份有限公司国内市场部总经理齐剑勇在“高效过滤机织布全链路多场景的应用”报告中分享了机织过滤布产品在各大主流固液分离场景中的高效解决方案。报告通过大量案例呈现矿山、新能源、运输等几大行业液体过滤的痛点、堵点，以及如何提供定制化解决措施，如何对过滤结果产生影响。

严牌股份30余年深耕固液分离和固气分离材料领域，拥有数千种针对不同工况环境产品方案。公司目标是，推动滤布从通用耗材升级为功能化解决方案，让工况适配度成为核心竞争力。严牌股份通过“并购与自建”双轮驱动，在全球布局了六大协同生产基地，从一家中国制造商转型为在过滤分离领域具备全球资源整合与快速响应能力的跨国企业。建立了覆盖世界五大洲的销售网络，产品畅销美国、加拿大、巴西、阿根廷、德国、英国、法国等传统工业强国。

作为液体过滤材料的生产商，齐剑勇表示，严牌股份将紧抓国家“碳达峰、碳中和”的战略机遇，将产品更广泛应用于环保减排、清洁生产等领域。公司将持续深化全球布局，通过技术创新与战略投资强化供应链自主权，致力于“成为具有全球竞争力的过滤与分离技术专家”，为全球工业的绿色、高效发展保驾护航。

比利时必佳乐中国地区销售经理马庆智带来先进的剑杆织机选型及对机织滤布产品特性影响的报告。他分享了必佳乐在中国市场的销售和服务情况，展示了新款Ultimax剑杆织机的亮点。必佳乐在滤布生产中可提供加强型、超级加强型Ultimax剑杆织机，最大门幅2.5米，配置更创新的技术模块，采用全新设计的卷布装置。

中船集团九江七所精密机电科技有限公司高级工程师张久政的报告题目是柴油机高压共轨系统燃油过滤技术研究，他从产品应用方的视



过滤纺织品正从“单一过滤”向“协同治理”转型。

角，既有对船用柴油机发展史综述，也有对燃油过滤技术的用户要求和给出解决途径。高压共轨燃油系统可靠性与燃油品质有着直接关系，因此对燃油品质提出更高要求。燃油污染控制技术必须合理设计滤材配方和结构，才能实现高过滤效率、高除水效率和长寿命的目标。

科研智脑多维度突破

东华大学胡吉永教授作“织滤布结构发展趋势及织造技术”报告，详细介绍滤布市场的整体格局，并聚焦于机织滤布市场的特定状况，分析其竞争态势和增长驱动力。他表示，工业过滤在从能用走向高效、低耗、智能。未来，受环保驱动、工业应用扩展、技术升级、过程节能等的需求将带来市场增长趋势。

天津工业大学教授钱晓明作“高强微纳米纤维非织造材料生产技术及其在液体精密过滤领域的应用”报告。2024年全球滤芯式液体过滤器市场规模332.6亿元，中国市场占比约30%，增速高于全球水平达7.0%。预计2031年全球规模近500亿元，中国市场预计达160亿元。微纳米纤维非织造材料是高效与精细过滤等领域的关键材料，吸附性能优良，连通性好、堆积密度可控，可以通过梯度结构复合、多工艺复合、多尺度纤维复合等新型加工技术制得。

东华大学徐广标教授在“后整理工艺对滤布结构与性能影响”报告中，围绕技术产品化、评价量化、创意可视化的研究方向，从定型、轧光、热处理以功能整理等四个方面给出滤布后整理的建议。机织过滤布可以通过优化组合材料、纱线及结构和后整理工艺，来满足不同领域、不同对象、不同场景的需求。

浙江理工大学副教授金肖克在报告中聚焦先进织造装备与智能化发展的现状及趋势，从技术演进与智能制造的结合角度进行系统分析，介绍数字化、网络化与智能化三个范式的渐进路径和在纺织产业的融合应用。他表示，未来5—10年织造装备将呈现系统集成、高附加值织造能力、绿色低碳与能效优化的三大方向。智能制造的切入点可从生产单元模拟、精准动态作业、生产效能管控、工艺合规校验、生产过程溯源等方面思考。

东华大学副教授李立轻的研究方向为计算机视觉和人工智能在纺织中的应用，在题为“在线检测与质量控制技术在过滤布上的应用”报告中，详细介绍了织物外观质量在线检测系统，包括硬件构成、软件检测以及与离线系统进行比较。

天津工业大学副教授陈凯凯致力于新型纤维分离膜成形理论与制备技术研发，他在“滤布抗阻塞工艺突破”报告中，重点从材料创新、结构设计和表面处理三方面阐述多维度突破路径。他认为滤布抗阻塞工艺从被动应对转向主动预防，通过材料、工况、前处理、维护和智能监测五大维度的创新，为行业带来高效发展的新机遇。展望未来结合智能化维护与再生技术，推动工业过滤绿色升级的发展方向。

本次会议围绕液体过滤领域的滤布选型、织造技术、新型滤材、场景应用，以及后整理工艺、智能化装备、在线质控等方面的技术进步展开详细探讨。会议同期还设置了展示台，展出了严牌、华基的滤布产品，金轮、博路威、白鲨、舒鼎的设备配件，海利得的纤维原料，为与会代表提供了深度洽谈交流的平台。TA

洞察时尚密码

从中国国际时装周看行业趋势与变革

非遗进阶： 从文化符号到可持续生态

■ 本刊记者 主振宇



东方语境下的非遗技艺和设计理念正在呈现“非遗系统生态”。

“非遗”在时装领域的探索经过中国国际时装周的实践和发展,从设计端到产品线的爆发式“反思”后,从点缀到“挪用”,再到深度融合。2025 中国国际时装周(秋季)的秀场上,东方语境下的非遗技艺和设计理念正在蜕变:中国原创设计,正在告别对传统文化元素的简单搬运,驶向一条更为理性、深入且准确的“文化转译”的可持续生态舒适区。



体系化构建： 非遗元素从符号到语法的质变

作为开幕大秀,米休缇 SS2026“见己”系列以唐宋文明为溯源,用非遗工艺铺就东方高奢的精神底色。连续三年以此为题,从提出、深化到质变,从“天工问鼎”的盛唐雄风到“己道昭彰”的青铜深蓝压轴,品牌将缂丝、云锦等非遗技艺融入结构创新,完成了从形制复刻到精神传承的跨越,为时装周奠定“以传统立己”的基调。

而陈宇执掌的闭幕大秀“惠女繁花胜似锦”,则将非遗叙事锚定具体地域文化。这位上一届“金顶奖”得主精准捕捉惠安女服饰的经典结构,以当代设计语言重构呈现:实现了“形异神同”的传承智慧,与开幕秀形成“宏大叙事+地域深耕”的完美闭环。

比起复刻形制的展品,当下的设计师明显更懂得非遗的活化能给产品线带来怎样的生命力,从挪用纹饰的生硬到重构创新的勇气,时装周平台见证了非遗设计发挥的精准质变。



技术赋能： 传统工艺与现代科技的深度融合

在传统文化的浸润性引领下,设计师开始对应当代进行针对性思考。设计师成昊,提出“蜡染+”创新概念。这种模式打破非遗品类壁垒,将蜡染与绳结、编织技艺熔于一炉,突破性融入 3D 打印技术,让平面图腾转化为立体装饰。构建出“传统技艺+现代科技”的全新表达体系。

黄斯赞的 siyun huang®2026 春夏系列“虚实丹青”,则在非遗与数智时尚间搭建桥梁。探讨“人工与天成”实际上是对传统造物思想与当代时尚转译再生的探索。编码算法与传统织物相融。年轻的设计思想以强大的动能碰撞着非遗边界,以秀场为实验室,在传统与现代科技之间反复“锤炼”。

设计师黄刚更是以科技加持非遗持续“上新”,将香云纱重新着色,与当代最新研发的全球可降解材料 PHA 嫁接,通过 3D 打印工艺复刻百鸟衣图腾的振翅瞬间,实现从民族史诗到日常穿着的当代转译。

冯三三万物共生的非遗打开方式,终以科技传承和鸣,他在非遗再生的表达中契合地完成了环保科技的赋能,多元思考和可持续发展的理念为非遗创造了多变形式的路径。闪蒸法非织造材料与传统剪纸艺术巧妙地结合,这种用科技赋能讲好非遗故事的导向势必要将非遗技艺、面料融入当代生活的态度,是经过时间打磨,从运用到重构叙事,最终永续发展的成熟路径。

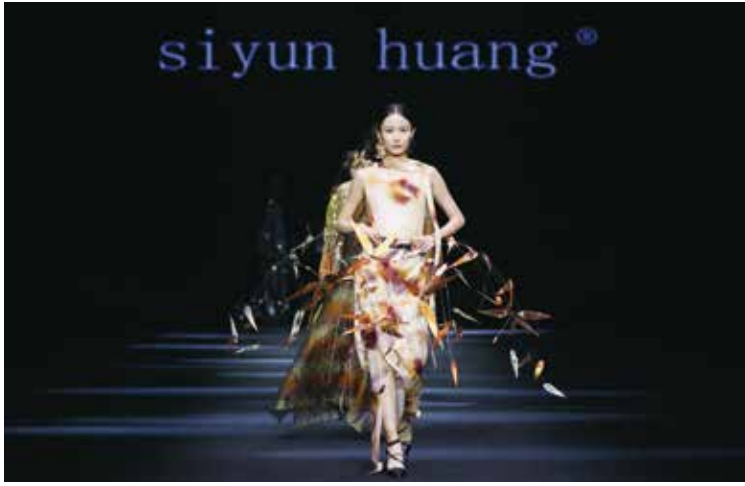
生态营造： 非遗创新可持续发展的系统实践

理性与深入的走向,核心在于创新思路的可持续性,从单一尝试向系统实践的规范化进程上。本季时装周,我们看到设计师对这种“非遗系统生态”呈现出了多层次的探索。

DEMAINZ 地幔主理人陈致画以“徒步绘画”为创作原点,将全球首个茶文化世界遗产地——景迈山的自然意境、文明印记与山地户外精神共同融入当代时装语言。他给予我们的启示在于以传统视角打开了新的商业思路,选择爆火赛道融合科技与户外紧密的连接点,再深锚传统可视文化的遗产地,精准完成了商业体系的可持续空间,让非遗产品有活态化的土壤。

楚雄彝绣在本季时装周上的产业化实践,为非遗可持续发展提供了范本。当地政府组织绣娘成立合作社,与设计师建立长期合作机制。在第一车间序厅“彝绣创新实验室”展区,观众观秀的同时能看到从纹样采集、设计转化到成品生产的完整流程。

万俞与李潞壹联手呈现的“只此黄绿”传统色发布,开辟了非遗活化的新维度。作为行业首次以中国传统色为核心的时装发布,品牌将 COLORO 色彩研究院授权的“黄”(丰盈圆满)与“绿”(坚韧延续)作为底色,与宋锦、云锦的精细纹理交织。黄绿渐变的织锦礼服、墨绿暗纹的西装外套,通过考究的立体廓形展现含蓄而坚定的东方气质,让色彩这一非遗文化的重要载体,完成从理论研究到时尚实践的落地。非遗的未来不在于单个元素的创新,而是完整美学体系的构建。我们需要建立基于非遗哲学且面向当代的审美标准。所以设计师们的价值观取向显得尤为重要。



文化自信： 从追光者到发光体的身份转变

本季中国国际时装周上的非遗实践,勾勒出一条清晰的发展路径,非遗活化不是复古怀旧,而是以传统为基础、设计雕琢、构建市场的当代创作。从找寻元素激发国潮到非遗元素俯首即是,我们看到的不仅是时尚的升级,更是本土文化的集体觉醒,内求、自洽、游刃有余让非遗创新更舒适。

国货红都坚守“非遗+正装”的路径,不刻意强调非遗身份,却将技艺精神融入骨髓“经纬为脉,山河入魂”的东方叙事打开 1919、1956、1984 三大系列,不仅是品牌的战略升级,更是对不同时代文化需求的回应。

浦思的“乌蒙谧境·时尚新生”系列,将彝族传统服饰元素与现代设计理念深度融合。以彝族的青、红、白、黑、黄五色为基调,从古老的彝族图腾、乌蒙高山矮杜鹃及刺绣织锦中提取设计元素。少数民族非遗技艺的大胆投放,且与当代审美有机结合,是本季时装周的亮点,这种基于传统色彩美学的现代转换,很明显,非遗美学在中国服装设计的领域已经进入 2.0 阶段。

上久楷·边惠中从庄子《山木篇》“材与不材之间”的哲思中汲取灵感,打破宋锦的隆重感,探索“半礼半闲”的日常场景。通过桑蚕丝与高科技纤维混纺,降低华服“物累”,使千年宋锦不再束之高阁。哲思融入日常,科技赋能表现形式,非遗的活态化已经深入产品思维,消费开启。

古阿新用两场大秀诠释文化共鸣的力量。“村 T 少年”杨春林“集齐”56 个民族的孩子,走出“民族的就是世界的”最美身姿。民族多元的文化基因与现代审美融合,让非遗成为年轻人认同的文化符号。这种“素人叙事+潮流表达”的模式,让非遗突破圈层限制,实现现象级传播。

将非遗背后所承载的故事、情感或社区记忆,转化为具有当代共鸣的设计主题。赋予当代特征的价值观,无论是审美性或者科技可持续的关注,使时装成为承载社会记忆与人文关怀的媒介。这种转译,使非遗不再是静止的过去式,这类创新是与当下社会情感紧密相连的活态叙事。**TA**



洞察时尚密码

从中国国际时装周看行业趋势与变革

2025 中国国际时装周（秋季）展现了一幅“科技人文主义”时尚图景。

T台遇代码， 展开一场科技人文主义叙事

■ 本刊记者_董笑妍

在 2025 中国国际时装周（秋季）上，T 台化作数字与灵感交织的剧场，面料成为会呼吸的智能肌肤，千年非遗在算法中得以重生——这不是一篇科幻小说，而是正在被设计师、被品牌书写的现实。当虚拟与现实、传统与未来、技术与人文在秀场中激烈碰撞，我们见证的不仅是视觉盛宴，更是一场关于时尚本质的深刻思辨。

科技： 当面料拥有呼吸与思考

科技面料正在经历从“功能载体”到“情感界面”的质变。时装周上，特步的女性运动系列仿佛来自“近未来”的衣橱，通过“三位一体”融合多种功能科技与材料科技为运动者提供出色的功能解决方案。聚乳酸材料、速干纤维、冰丝纤维、热力纤维等面料融入了对中国女性运动习惯的深度洞察，使得功能性与美学表达达到了前所未有的和谐统一。

雪中飞的冰雪系列则展现了材料科学的突破性进展。其创新的“SNFL-TEX 冰雪墙系统”集成两大创新科技矩阵构建全天候御寒屏障；“云鳞内甲保温舱+热湿平衡透汽”聚能御寒加持防水功能，强韧抵御风雪湿寒，实现动态循环温控。这些创新让羽绒服不仅是保暖工具，更成为可穿戴的“微气候系统”。

在这里你能看到，科技面料已从单纯的功能性材料演进为连接身体、环境与情感的重要媒介，正在重新定义着穿戴体验的本质。



绿动： 可持续时尚的诗意革命

本季时装周最动人的篇章之一，莫过于可持续发展从口号走向诗意的过程。FUMENGKE 用回收材料演绎五行哲学，将金木水火土的相生相克与绿色循环进行深度连接，以东方智慧为可持续时尚赋予更深层的文化内涵。衫也晴之的“椿”系列同样运用库存材料、回收材料，采用“减法”设计理念，通过自然、时间与生命的诗意叙事传递慢节奏与可持续理念。

华峰千禧的“绿动纤峰”主题大秀开场由机器人与孩童共同演绎太极，寓意着科技与自然的和谐共生。随后登场的数字模特身着千禧品牌氨纶服饰，将面料的弹性、垂坠感等特性展现得淋漓尽致。这种展示本身就是一个可持续宣言：通过数字技术减少实物样本的制作，从源头上降低资源消耗。

T 台上，从“金顶奖”设计师陈宇运用嘉柯新材的水性人造革、植物素皮等生物基材料，真维斯携手最佳男装设计师黄刚运用恒碳科技的以生物基 PDO 为核心原料的 PHA Z2501 全域可降解塑料 3D 打印，到中国纺联可持续创新专区推出的 LCAlplus 碳管理平台、DPP 数字护照和时尚森林计划等，可持续已从单一的材料革命升级为全产业链的系统工程。

在这里你能看到，从材料创新、生产工艺到消费模式的完整可持续生态系统，标志着中国时尚产业正走向深度绿色转型的新阶段。



缪斯： 当 AI 成为创意合伙人

时尚是人类的前沿思考，在本季时装周上，我们见证了她与另一种前沿思考——AI 的深度共鸣：从情感上握手 AI，我们仿佛触摸到文明新纪元的边界；从理性上触摸 AI，正在重塑时尚产业的创作、生产和消费链条。YOUYILIN 本季发布主题是“以爱之名”，灵感来源于电影《她》，探讨的是人与 AI 之间的爱情与救赎。品牌聚焦于构建人与 AI 的情感寓言，展开了千禧年代的反乌托邦式的服装畅想曲，引发对技术伦理的深度思考，展现出 AI 作为创作主体的艺术潜力。

Bronze Lucia 则以梦幻少女探险为主题，通过数字技术、科技手段打造出一个既真实又超现实的时尚梦境，数字、潮流、文化 IP 跨界融合，证明科技能够增强而非削弱时尚的情感表达。

设计师黄斯燮的“虚实丹青”则让 AI 深度参与创作过程。通过开发专门的绣花算法，将中国传统山水画的笔墨韵味转化为数码绣花的针法语言，带来“时尚+艺术+科技”的个性化定制，这种跨界在数字与工艺的边界地带开拓出新的美学疆域。

在大企业大品牌的实际生产过程中，AI 已成为大幅提高生产效率的重要工具。歌力思近两年积极布局，AI 技术融入“设计—供应链—商品管理—品牌运营”全链路，在设计环节借助蝶讯 AI、Look AI、ChatGPT 等工具，设计效率明显提升。迪尚集团通过创新应用 AI 等数字化技术，构建智能化设计体系和动态试穿体验，目前已实现 10 余个细分服装行业的专业化生产制造，近两年销售额均保持 20%—30% 增长。

在这里你能看到，AI 不是过往的替代者，而是使其焕发新生的催化剂。



数字： 编织虚实相生的时尚宇宙

在本季时装周上，数字技术已突破“展示”的局限，成为编织设计语言的一份基因。红都的“经纬山河”大秀，构建了令人惊叹的混合现实场域：巧妙地将数字设计与 3D 打印技术融入非遗工艺，创造出一种“可触摸的文化体验”，观众通过互动装置，不仅观赏服装，更能够亲身感受非遗技艺的温度与厚度，让每一针每一线都在虚拟空间中获得新的生命维度。而南方丝巢与吕越的合作则让壮锦这一古老工艺在 3D 打印的催化下，化作蝴蝶破茧般的视觉诗篇。值得一提的是，这场秀中使用的真丝壮锦，来自南方丝巢所属企业广西嘉联打造的“广西首条全真丝壮锦提花生产线”，传统工艺在现代科技的赋能下，实现了从织造到设计的全链路创新。

而京司坊的“光韵实验室”堪称一场技术驱动的文化复兴运动——用 3D 光固化技术将汝窑天青的釉色“生长”于织物之上，让宋韵美学在科技中完成跨时空对话，特别设计的“青空叠境”意境，通过精密的光影计算，使丝绸面料在不同角度下呈现出瓷器特有的开片纹理，这种对材质可能性的深度挖掘，展现了数字技术与传统工艺融合的无限潜力。马克华菲与“金顶奖”设计师张肇达合作的高定秀，则通过服装与光影、材质的虚实交融，挑战着人们对服装、身体与空间的固有认知，在虚实交错中完成了一场哲学思考。

在这里你能看到，科学与传统并非对立，而是在深度融合中相互成就、共同进化。

2025 中国国际时装周（秋季），向我们展现了一幅正在形成的“科技人文主义”时尚图景。在这个图景中，科技没有淹没个性，反而成为表达个性最锐利的笔；“它”也未摧毁传统，而是为其搭建起通向未来的桥梁。从数字织机到 AI 设计，从植物染料到虚拟秀场，科技正在让时尚变得更智能、更绿色、更包容。

这不仅是一场科技的胜利，更是一种价值观的重塑。17A

波司登高铁专列首发，以“中国速度”引领世界潮流

■ 陈墨 / 文

近日，波司登高铁冠名列车在上海虹桥站盛大发车，通过高铁这一“国家名片”，向全球旅客传递中国羽绒服品牌的创新实力与文化自信。波司登集团相关领导以及华铁传媒集团相关领导出席首发仪式，共同见证这一里程碑时刻。

作为全球领先的羽绒服品牌，波司登专注于羽绒服 49 年，每一件羽绒服都至少经过 150 道工序，以精益求精的工匠精神，持续为全球消费者提供卓越的产品和服务体验，引领羽绒服成为中国服装行业最具国际竞争力的品类之一。

波司登创始人、集团董事局主席兼总裁高德康在首发仪式上表示，早在上世纪 90 年代，“波司登”铁路专列就曾在上海、北京首发，为波司登品牌传播起到至关重要的作用。今天，波司登高铁京沪线专列正式首发，借势“中国高铁”，波司登必将跑出品牌升级的“加速度”，释放高质量发展“新活力”，开创“世界羽绒服、中国波司登、引领新潮流”的美好未来！

波司登作为国货品牌崛起的代表之一，实现了从“中国制造”到“中国品牌”的跨越，此次搭载“中国速度”启程，以“国家名片”的战略影响力，彰显民族品牌的硬核实力，迈向“全球领先”的崭新征程。

华铁传媒集团有限公司创始人、董事长路立明表示，“此次合作，我们将依托高铁‘国家名片’的公信力与辐射力，通过全媒体矩阵传播等立体化手段，让波司登‘世界羽绒服 中国波司登 引领新潮流’的品牌理念深度融入旅客旅程，让每一位乘客在感受中国速度的同时，触摸到波司登品牌的品质匠心，让波司登品牌成为更多人的选择。”



波司登向全球旅客传递中国羽绒服品牌的创新实力与文化自信。

世界羽绒服，中国波司登，引领新潮流。从上海到北京，从长三角到京津冀，这列承载中国温度的高铁冠名列车作为波司登品牌的一张“流动名片”，驰骋在中国最繁忙高铁线路之一的京沪高铁上，向全球更多消费者传递着波司登品牌实力及优势，助力“中国制造”走向全球。

步入车厢，头片、桌贴、品牌天幕、海报等全媒体形式构建出沉浸式“品牌移动展厅”，营造出浓厚的品牌氛围。乘客步入列车看到的不仅是波司登品牌实力，更是闪耀世界的中国品牌力量。

与时代接轨，与消费者同行。随着一列列高铁冠名列车的启程，波司登不仅在速度上与中国高铁同频共振，更在高度上与国家“制造强国”战略同向而行。从一件羽绒服到一张“国家名片”，波司登正以创新之力，重新定义全球消费者的温暖体验，书写“世界羽绒服、中国波司登、引领新潮流”的发展篇章。**TA**

让羽绒服更轻盈！波司登“大师泡芙”闪亮登场

■ 陈墨 / 文

2025 年 10 月 7 日，全球时尚界的目光再度聚焦浪漫之都巴黎。中国羽绒服行业领军品牌波司登携“大师泡芙”系列，在巴黎时装周期间全新亮相。这场发布既是对羽绒服“轻暖”质感的一次成功探索，更是其品牌全球化进程中颇具意义的一站。深耕羽绒服领域 49 年的波司登，正以持续的创新实践，在专业保暖基础上拓展时尚表达，为全球多元生活场景注入温暖力量。

巴黎时间 14 点 18 分，波司登在新古典主义地标——巴黎泛欧交易所的璀璨灯光下揭幕“大师泡芙”系列。郭晶晶、董洁与新生代演员兰西雅、吴千语等明星嘉宾受邀出席，并现场体验了泡芙系列的创新设计。现场还汇聚了诸多高势能嘉宾出席，包括拉法兰基金会总经理 Emmanuelle Pérès, Nellyrodi 总裁及首席执行官、前法国女装成衣联合会主席 Pierre François Le-Louët, TRANOÏ 首席执行官 Boris Provost 等全球顶级奢侈品牌、时尚行业的高管。国际时尚媒体《ELLE》《时装 L'OFFICIEL》等国际媒体全程记录了这一聚焦轻盈、舒适羽绒服理念的先锋作品发布。

“大师泡芙”系列最令人印象深刻的，是它对传统羽绒服厚重臃肿刻板印象的打破。外观上，建筑般挺括的廓形藏着立体剪裁与层叠走线的精妙，新古典主义宫廷立领经现代简化，腰线与袖口如罗马柱般的收束处理，勾勒出利落兼具仪式感的线条。视觉上的饱满分量与触手可及的蓬松柔软形成奇妙反差，这背后是波司登在羽绒服结构、充绒工艺与面料研发领域多年的深耕细作。

精湛的人工立体剪裁让衣物贴合身形，温暖包裹的同时带来前所未有的“无束缚感”，仿佛被云朵轻柔环绕。这种舒适体验源于实打实的技术支

撑：填充的高蓬松度优质绒朵杂质更少，搭配极度轻薄柔软的 baby skin 面料有效锁绒，创新充绒结构在关键区域精准填充、非核心区域巧妙“留白”，既保温暖又减重量。这些看不见的细节打磨，正是实现“视觉饱满”与“体感轻盈”平衡的关键。

波司登选择在巴黎时装周期间发布“大师泡芙”系列，展现了中国品牌走向世界的从容姿态。不同于刻意的高端叙事，这场发布更聚焦于当代消费者追求的自在生活态度——羽绒服早已不仅是保暖工具，更是表达自我、享受生活的时尚载体。通过立体剪裁和“云感轻暖科技”，系列产品实现了保暖性与舒适度的平衡，让穿着者在任何场合都能保持轻松自在的状态。

聚光灯下的“大师泡芙”系列，是波司登品牌故事的新章节。它不仅是一件件羽绒服，更是一个中国品牌以 49 年的专注、热忱与不懈创新，将羽绒这一传统功能性服饰，不断推向更高处的生动见证。波司登的探索脚步从未停歇，因为它所追求的终极目标，始终是超越物理层面的基础保暖功能，抵达更深层次的情感与体验共鸣——让每一件波司登羽绒服，都成为温暖人身、鼓舞人心、赋予人自信表达与行动自由的载体。它关乎冬日街头的一份从容优雅，也关乎探索世界时的一份无畏保障。穿上它，是抵御寒冷的铠甲，更是展现轻盈自我的表达。

对于波司登来说，探索没有终点，它将以更温暖的力量、更轻盈的姿态，在时尚版图上，镌刻下更为鲜明、深刻且充满温度的中国印记。这场始于巴黎的“轻盈的温暖进化”，不仅关乎一件衣服的变革，更关乎一个行业认知的刷新和一个中国品牌全球野心的实现。波司登的下一探索，值得世界期待。**TA**



中国轻纺城麻类面料专区

全品类麻品矩阵

科技赋能自然

垂直产业链支撑



时尚

舒适

绿色

个性

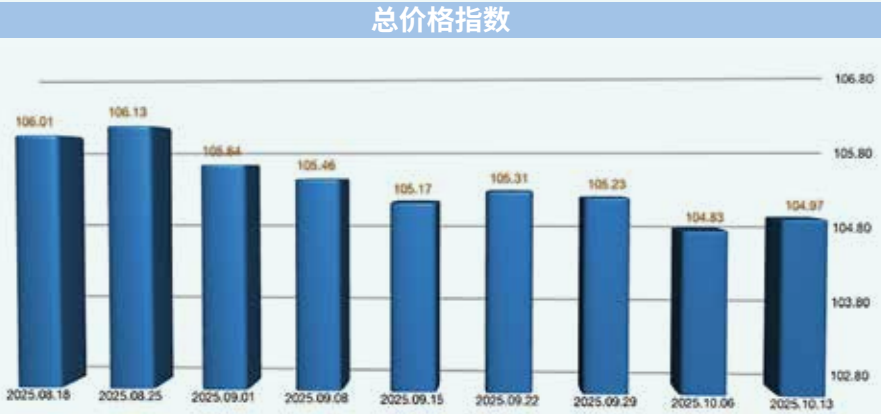
一站式满足您的采购需求

地址：中国轻纺城联合市场二楼B区

节后营销环比回升 价格指数环比上涨

20251013 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20251013 期纺织品价格指数收报于 104.97 点, 环比上涨 0.13%, 较年初上涨 0.42%, 同比上涨 0.36%。



中国轻纺城节后营销环比回升, 其中:原料市场价量环比下跌, 坯布市场价量明显回升, 服装面料市场布匹价量环比上涨, 家纺类产品成交价量环比微升, 辅料类价量明显回升。

原料行情环比下跌, 涤纶环比上涨, 纯棉纱稳跌互现

据监测, 本期原料价格指数收报于 85.18 点, 环比下跌 0.57%, 较年初上涨 5.71%, 同比上涨 4.35%。

聚酯原料震荡回升, 涤纶长丝环比上涨。本期涤纶原料价格指数收报于 73.99 点, 环比上涨 2.86%。近期华东地区 PTA 现货主流 4534 元/吨, 环比下跌 56 元/吨; MEG 主流 4295 元/吨, 环比持平; 聚酯切片市场报价环比上涨, 江浙地区有光切片现金或三月承兑 5765 元/吨, 环比上涨 20 元/吨; 无光切片现金或三月承兑 5735 元/吨, 环比上涨 15 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回升, 价格环比上涨, POY 报价 6625 元/吨, 环比上涨 85 元/吨; FDY 报价 6750 元/吨, 环比上涨 50 元/吨; DTY 报价 7800 元/吨, 环比上涨 60 元/吨。上游聚酯原料价格震荡回升, 下游需求环比增加, 聚酯工厂涤纶长丝价格环比上涨, 常规品种和新款品种成交量环比增加。

纯棉纱价格稳跌互现, 市场成交明显回缩。近期, 纯棉纱收报于 103.91 点, 环比下跌 1.45%。萧绍地区纯棉纱市场成交明显回缩, 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 21065 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明显回缩, 纯棉纱市场交投环比下降, 纺企反映走货逐日回缩, 连日成交环比下降。

坯布行情明显回升, 价格指数环比上涨

据监测, 本期坯布价格指数收报于 115.05 点, 环比上涨 1.34%, 较年初下跌 3.50%, 同比下跌 2.26%。

近期, 坯布市场营销明显回升, 连日成交呈现环比上涨走势, 坯布厂家订单环比回升, 坯布价量环比上涨。其中: 混纺纤维坯布收报于 117.96 点, 环比上涨 3.73%, 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。

服装面料环比回升, 价格指数环比上涨

据监测, 本期服装面料类价格指数收报于 110.96 点, 环比上涨 0.31%, 较年初下跌 4.90%, 同比下跌 4.82%。

国庆中秋长假后至今, 中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回升, 秋季面料下单环比增加, 初冬季面料下单环比回升, 对客商入市认购环比增加, 服装面料价格指数环比上涨。其中: 纯棉面

料、麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、粘胶面料、涤纶面料类成交量不等量上涨。

特色分类指数中: 衬衫面料指数收报于 122.77 点, 环比上涨 2.04%; 裙装面料指数收报于 120.90 点, 环比上涨 3.01%; 茄克衫面料指数收报于 121.88 点, 环比上涨 1.70%; 染色工艺面料指数收报于 117.29 点, 环比上涨 1.10%; 色织工艺面料指数收报于 128.32 点, 环比上涨 0.48%; 舒适功能面料指数收报于 117.29 点, 环比上涨 0.61%; 吸湿性面料指数收报于 122.04 点, 环比上涨 2.48%。

家纺市场微势回升, 价格指数环比微涨

据监测, 本期家纺类价格指数收报于 99.84 点, 环比上涨 0.06%, 较年初下跌 1.02%, 同比下跌 1.11%。

本期家纺类价格指数环比微涨。近期, 家纺市场行情微势回升, 整体市场价格环比微涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比推升, 兼具时尚元素的创意产品现货成交量和订单发货量环比增加。其中: 窗帘类收报于 101.95 点, 环比上涨 0.04%; 其他家纺类收报于 94.53 点, 环比上涨 0.05%。

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 113.32 点, 环比上涨 1.12%, 较年初下跌 13.52%, 同比下跌 13.42%。

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: 花边收报于 175.46 点, 环比上涨 0.06%; 窗帘布带收报于 108.35 点, 环比上涨 0.93%; 打孔圈收报于 103.19 点, 环比上涨 0.52%; 挂球和挂钩收报于 111.43 点, 环比上涨 3.62%; 窗帘轨道收报于 97.54 点, 环比上涨 0.96%。

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。按照往年的行情, 十月份是下半年畅销的阶段, 纺织企业备战“银十”, 部分规模型纺企以时尚创意面料为核心特色, 传统市场订单将有所增加。后市纺织市场走货速度将继续加快, 秋冬加厚型面料走货势头较好, 织造市场价格上涨, 市场信心将继续恢复。其中: 高弹春亚纺、常规春亚纺、T400、T800 等秋冬类面料和里料品种也可可见一斑。珊瑚绒、短毛绒、法兰绒、不倒绒等针织绒类面料将继续成为市场上的主流品种。防寒休闲面料、家纺面料等品种需求量将局部放量。羽绒服面料成交将继续增加, 订单数量将局部增长。**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



广州中大门, 时尚中国南大门.

RESONANCE 回响

KEQIAO
FASHION WEEK

响

NOV. 2025
~
11.05-11.12