

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

2025.10.27 | 第39期 | 总第1239期



P10
“学术 + 创新 + 产业 +”
赋能纺织行业高质量发展



柯桥·中国轻纺城 专版

P12
“小单快反”的柯桥答卷：
速度与质量的协同升级



P16

五大板块联动，
盛泽纺博会意向交易额超15.8亿元！

图为 2025 苏州湾时尚周展演。



世界商大会
布大会
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

2025 WGSN时尚未来大会

2025 WGSN FUTURES CHINA

INTERNATIONAL
CO-OPETITION
国际竞合

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

中国·绍兴柯桥
2025年11月06-08日

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

2025第27届

中国绍兴柯桥国际纺织品博览会（秋季）

2025 the 27th China Shaoxing Keqiao Textile Expo (AUT)

2025柯桥时尚周（秋季）

2025 Keqiao Fashion Week (AUT)

INTERNATIONAL
CO-OPETITION
国际竞合

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

Keqiao Shaoxing China
November 06-08, 2025

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

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

市场推广中心	
总监	吕 杨
副总监	罗欣桐
主任	雷 蕾
	王振宇

浙江运营中心	
总监	赵国玲
副主任	王 利
记者	边吉洁
	王耀祖
	唐小狄

行政管理中心	
总监	崔淑云
副总监	黄 娜
办公室	
主任	刘 萍
财务部	
主任	崔淑云(兼)
主任助理	张 艳

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

国际标准刊号:ISSN 1674-196X 国内统一刊号:CN11-5472/TS
广告发布登记通知书号:京东工商广登字20170146号
出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司
地址:北京市东城区东西四大街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

2024 年纺织行业 R&D 经费投入和投入强度双增长



08 关注 Attention

大生集团碳中和智慧纺纱工厂正式投产
擘画高质量发展新范式

10 特别报道 Special

“学术+ 创新+ 产业+”赋能纺织行业高质量发展

12 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

“小单快反”的柯桥答卷：速度与质量的协同升级
产品为王，生态致远
开启中亚市场新机遇

16 集群 Cluster

五大板块联动，意向交易额超 15.8 亿元！

18 科技 Industry

在传承中创新，在奋进中超越

20 时尚 Fashion

秀场到卖场：即刻光芒“种草”即时销量

22 一线 Frontline

创新领航，绿色筑基
罗曼罗兰将专业防护融入生活化场景

24 品牌 Brand

波司登叠变新品全新上市

25 市场 Market

名門安琪：只做好穿又好赚的女装
丽巴莎：听懂女人的每一“步”需求

26 指数 Index

秋市营销环比推升 价格指数环比上涨



万 晗
《纺织服装周刊》副总编辑

当ESG成为产业进化新语法

普华永道 2024 年《消费者之声调查》显示，全球 2 万名受访者中 85% 的消费者感受到了环境被破坏带来的生活影响，46% 的消费者愿意为可持续环保产品支付 9.7% 的溢价。但阿里巴巴 2023 年报告指出，仅 15% 的线上消费者完全信任企业环保声明。“你的绿色承诺，凭什么让我买单？”可以说，纺织服装行业的绿色信任构建难点在于如何打通终端产品与消费者之间的“最后一公里”。

国际认证机构 Ecocert 中国在上海时装周上分享了溯源金字塔的破雾方案。这家在中国拥有 1200 家企业用户的老牌认证机构,移植有机产品“一品一码”经验,通过唯一身份码实现从纤维到消费者的全链透明,从根本上消除“漂绿”质疑。

中国本土品牌中积极解决这一痛点的越来越多，鄂尔多斯集团通过数字化系统追踪种羊繁育过程，建立羊绒品质与环境关联数据库，并在 2023 年首次发布羊绒衫全生命周期碳足迹报告。当消费者能通过一件羊绒衫感知草原的呼吸，产品的绿色溢价就获得了情感支撑。

波司登创始人高德康日前在上海举办的 2025 可持续全球领导者大会上透露，该品牌 100% 的羽绒获得负责任羽绒标准 RDS 认证，集团严格管控供应链化学品使用，致力于在 2030 年实现供应链有害化学物质零排放。

多年来,在 ESG 方面坚持投入与实践的波司登,根据其提出的“1+3+X”ESG 框架实现了从战略到执行的完整闭环。服装企业推向市场的可持续产品离不开上游诸多优秀纺织企业的支持与推动，正是他们不惜投入的研发，为下游企业提供了众多具有竞争力的绿色、低碳、可循环纺织品。

在上个月举办的“循环创新·时尚大会”上，多个中国纺织上游企业分享了有关循环材料创新的成功案例。以化学法循环技术闻名的浙江佳人,年处理4万吨废旧纺织品,再生聚酯纯度达99.9%,产品覆盖DMT切片、纱线等，已应用于彪马欧洲杯球衣，明年世界杯上将有更多再生材料产品亮相。

中国化纤标杆企业福建永荣锦江聚焦锦纶6废旧纺织品再生，通过近红外智能分拣、无水消毒、超临界技术，再生尼龙指标与原生接近，已与 H&M、ZARA 合作，半年获超 1000 吨订单。

成立时间不长但已获多轮机构投资的源天生物团队，借助 AI 优化酶解效率，实现 PET 废旧纺织品 8 小时工业化降解，成为该领域全球首家通过 GRS 认证的企业。

站在“十四五”即将收官、“十五五”即将开启的节点回望，绿色信任已成为新的商业语言，可持续发展从道德约束升维为产业进化的核心动力。而中国纺织服装行业的可持续发展已超越环保议题本身，正成为重塑产业价值、构建全球竞争力的战略支点。

View point / 产经看点

国家统计局 10 月 20 日发布数据显示，初步核算，前三季度中国国内生产总值 (GDP) 1015036 亿 元，按不变价格计算，同比增长 5.2%。

——新华社

国家外汇管理局 10 月 22 日发布数据显示，前三季度，我国涉外收支总规模 11.6 万亿美元，创历史同期新高，同比增长 10.5%。跨境资金净流入 1197 亿美元，银行结售汇顺差 632 亿美元，均高于上年同期水平。

——央视新闻

数据显示，前三季度，我国规模以上工业出口交货值同比增长 3.3%，9 月份的出口交货值由 8 月份的下降转为增长 3.8%，浙江、广东等主要出口地区出口交货值都由 8 月份下降转为增长。

——经济日报

据国家开发银行 10 月 20 日消息,截至 10 月 17 日,国开新型政策性金融工具已投放 1893.5 亿元，重点支持经济大省挑大梁，并加大对民间投资和新质生产力领域支持力度，预计可拉动项目总投资 2.8 万亿元。

——北京日报



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

2024 年纺织行业 R&D 经费投入和投入强度双增长

近日，国家统计局、科学技术部、财政部联合发布的《2024 年全国科技经费投入统计公报》（以下简称《公报》）显示，2024 年，我国研究与试验发展（R&D）经费投入总量突破 3.6 万亿，达到 36326.8 亿元，较上年增长 8.9%，保持稳定增长趋势。

在分行业规模以上工业企业中，制造业 R&D 经费投入 21652.8 亿元，投入强度（与营业收入之比）为 1.82%。具体到纺织领域，纺织业 R&D 经费投入 291.6 亿元，较上年增长 3.31%；投入强度 1.22%，与去年持平。纺织服装、服饰业 R&D 经费投入 113.4 亿元，较上年增长 11.63%；投入强度 0.89%，比去年增长 0.04 个百分点。化学纤维制造业 R&D 经费投入 202.8 亿元，较上年增长 17.77%；投入强度 1.74%，比去年增长 0.18 个百分点。

总体来看，纺织行业整体 R&D 经费投入 607.8 亿元，较上年增长 9.31%；投入强度达到 1.26%，比去年增长 0.05 个百分点。纺织行业创新活动持续不断，R&D 经费投入和投入强度实现双增长。当前，中国纺织业正加速从“中国制造”向“中国智造”转变，持续加码 R&D 投入，既是提升产品附加值、培育自主品牌的关键路径，更是突破全球产业链中低端锁定、迈向价值链中高端的必然选择。

据国家统计局社科文司首席统计师张启龙介绍，“十四五”前四年，我国 R&D 经费年均增长 10.5%，增速高于规划目标，在世界主要经济体中居于前列。目前，我国 R&D 经费总量位居世界第二位（仅次于美国），是日本（第三位）的 3.5 倍、德国（第四位）的 3.7 倍。R&D 经费投入规模持续加大，为我国加快推进科技强国建设提供有力保障。

2024 年，我国 R&D 经费投入强度（R&D 经费与 GDP 之比）为 2.69%，比上年提高 0.11 个百分点，提升幅度快于“十四五”以来年均水平 0.03

强调打造融合应用场景，七部门推动服务型制造升级

近日，工业和信息化部等七部门联合印发《深入推动服务型制造创新发展实施方案（2025—2028 年）》，提出打造服务型制造升级版，促进先进制造业与现代服务业深度融合，发展壮大新质生产力，塑造制造业发展新动能新优势。

《方案》明确，到 2028 年，服务型制造在制造业高质量发展中的作用进一步增强。完成 20 项标准制定，打造 50 个领军品牌，建设 100 个创新发展高地，服务型制造典型模式广泛普及、新模式不断涌现，产业生态持续优化，重点领域生产性服务业保持快速发展，制造与服务全方位、宽领域、深层次融合发展格局进一步完善。

《方案》强调，鼓励打造面向生产需求的融合应用场景。围绕设计、采购、生产、物流、运营、售后等环节，创新智能仓储、产线集成、运营监测管理等工业服务应用场景。鼓励打造面向消费需求的融合应用场景。围绕衣、食、住、行、健康、文化等方面，深入实施消费品“三品”专项行动，打造智能穿戴、智慧家庭、绿色出行、健康管理等生活服务应用场景。鼓励打造面向国家重大战略需求的融合应用场景。引导地方政府、央企、行业领军企业通过联合创新、优秀场景推介、举办场景展示体验活动等方式，加强融合应用场景供给，促进场景供需双方对接合作。（郝杰）

个百分点，延续较快提升态势。我国 R&D 经费投入强度在世界上位列第 12 位，连续多年超过欧盟水平（2.13%），并接近 OECD 国家平均水平（2.70%）。

《公报》显示，2024 年，我国基础研究、应用研究和试验发展经费分别为 2500.9 亿元、4305.5 亿元和 29520.4 亿元，依次较上年增长 10.7%、17.6% 和 7.6%。

“基础研究经费增速高于 R&D 经费增速 1.8 个百分点，延续两位数以上较快增长势头；总量仅次于美国，位列世界第二位，占 R&D 经费比重达到 6.88%，创历史最好水平。”张启龙分析，应用研究经费增速高于其他类型活动，表明各类创新主体研究活动进一步向创新链条前端拓展，愈加重视对底层科学技术问题的研究探索。政府所属研究机构 and 高等学校是我国基础研究的主力军，2024 年对基础研究经费增长的贡献率分别为 52% 和 40%。各类大科学装置和实验室体系建设运行顺利，成为我国基础研究投入重要增长点。

作为我国 R&D 活动的三大执行主体，企业、政府所属研究机构和高等学校 2024 年 R&D 经费分别为 28211.6 亿元、4231.6 亿元和 3065.5 亿元，较上年增长 8.8%、9.7% 和 11.3%。值得关注的是，企业占全社会经费投入的比重连续多年保持在 75% 以上，对全社会经费增长的贡献率达到 77.1%，成为拉动我国 R&D 经费增长的主要力量。

从重点领域来看，规模以上高技术制造业和装备制造业 R&D 经费分别增长 10.2% 和 10.5%，快于全部规模以上企业经费增速，为关键核心技术攻关和产业基础能力提升创造条件。从国际比较来看，我国企业 R&D 经费占比水平（77.7%）接近美国（79.0%）和日本（79.4%），高于德国（67.4%）、法国（65.8%）等欧盟国家。（综编）

央企开放 134 个中试验证平台为企业提供中试共享服务

为推动中央企业中试验证服务共用共享，近日，国务院国资委正式发布《中央企业中试验证平台对外开放服务手册（2025 年版）》。

手册共对外开放中试验证平台 134 个、服务项目 291 项，覆盖资源开发、能源利用、制造工程、信息网络、先进材料、生命健康、绿色环保、公共安全等产业技术领域，提供技术熟化、工程化放大、可靠性验证、小批量试制、性能评价等方面能力，更好对接服务产业链上下游、大中小企业中试需求，带动全社会创新主体共同提升科技成果转化效率，加快培育形成新质生产力。

其中，部分中试验证平台与纺织新材料相关。由中国石油天然气集团有限公司推出的高分子材料改性加工中试验证平台专注于高分子领域技术创新与成果转化，为相关产业提供全方位服务。由中国宝武钢铁集团有限公司推出的中间相沥青基碳纤维中试验证平台是碳纤维产业领域开展碳纤维产品制备与新产品研发的新型炭材料中试平台。由中粮集团有限公司推出的玉米深加工生物基材料（淀粉 / 聚乳酸）中试验证平台主要开展以聚乳酸为代表的生物降解高分子材料功能化改性及应用验证研究工作。由中国通用技术控股有限责任公司推出的纤维新材料中试验证平台围绕生物基材料、差别化功能纤维、高性能纤维等先进材料面向全行业提供产业化技术验证服务。（郝杰）



长方科技



CF2658B



D2861A



D2869B



GT512T



JL1630



GT512L



S1353



S1356



D2876



D2875



S1671



CFC2无立轴伺服系统



综框

2025 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会（新加坡）

展位号 H2-A109



公司网页



公司公众号

献礼大生纱厂创办 130 周年

大生集团碳中和智慧纺纱工厂正式投产

■ 本刊记者_陶红

130 年前，张謇先生以“敢为人先”的精神在南通创办大生纱厂，开创了中国近代民族工业的先河；130 年后的今天，大生集团碳中和智慧纺纱工厂正式投产，以绿色与智能续写新时代的华章，引领行业新程。

10 月 18 日，大生纱厂创办 130 周年之际，“碳中和智慧纺纱工厂投产仪式”在江苏南通举行。中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲，副会长阎岩；江苏省苏豪控股集团党委书记、董事长，江苏省纺织工业协会会长周勇；兰精集团监事会副主席 Carlos Anibal；南通市委副书记、市长张彤等领导嘉宾出席了活动。

奋勇争先

近年来，大生集团围绕“传承”与“发展”两篇文章，奋勇争先、敢为人先，综合实力进入全国棉纺织企业前十强。大生集团党委书记、董事长漆颖斌表示，大生成为智改数转网联的典范、宣传“张謇企业家精神”的主阵地、全国纺织科研的生力军。2015 年，大生集团建成全国首个数字化纺纱车间，入选工信部智能制造试点示范项目；2022 年建成全国首个智慧纺纱工厂，入选工信部智能制造示范工厂揭榜单位；建有企业院士工作站等多个省级以上科研平台，年均新品开发 100 多个、新产品产业化率在 60% 以上，是中国纤维素纤维纺织精品生产基地。

漆颖斌表示，面临绿色、低碳、智能为核心的深刻变革，大生于 2024 年投资建设中国第一个碳中和智慧纺纱工厂，以数字化纺纱车间、智慧纺纱工厂为基础，结合国家纺织产业规划和南通市高端纺织发展要求，围绕生产智能化、管理数字化、产品差异化、运营低碳化等方向突破提升。未来，大生集团将继续秉持张謇企业家精神，持续推动技术创新、管理创新和模式创新，不断延伸壮大产业链，全力打造一流纺织企业，为中国从“纺织大国”迈向“纺织强国”贡献更大力量。

中国恒天集团党委书记、董事长金永传表示，恒天与大生的合作自上世纪九十年代始，从数字化车间的星火初燃，到智慧工厂的全面升级，再到今日碳中和工厂的璀璨绽放，每一座里程碑都镌刻着精诚合作的印记。在这碳中和工厂建设中，恒天旗下经纬纺机有幸提供全球领先的智能化装备与低碳解决方案，与大生团队并肩作战，共同攻克了技术瓶颈、系统集成等重重难关。未来，恒天愿与大生继续携手共进，在科技创新上深化合作，共建研发平台，突破低碳材料、能源管理等关键技术；在产业链协同上优势互补，共同开拓“一带一路”广阔市场；在文化传承上相互赋能，让张謇先生“父教育而母实业”的精神火炬在新时代熠熠生辉。



与会领导嘉宾共同启动碳中和智慧纺纱工厂投产仪式。

勇挑重任

孙瑞哲表示，大生是中国近现代纺织事业的开拓者、先行者。多年来，一代代大生人锐意进取、接续奋斗，树立起纺织工业的先进标杆和精神丰碑。今天大生集团投产的国内首个“碳中和智慧纺纱工厂”，是企业多年钻研探索、厚积薄发的创新成果，更是其心怀“国之大者”、勇担时代使命的生动写照，为新时期行业发展新质生产力做出示范。

孙瑞哲表示，今年是“十四五”收官、“十五五”谋篇的关键之年，纺织现代化产业体系建设进入关键阶段。站在新起点上，希望大生集团勇挑重任、服务大局，再启新篇。一要坚持与时俱进，在革故鼎新中谋未来。推动科技创新与产业创新融合，加快智能化、绿色化、高端化转型，为行业探索更多可复制、可推广的优秀经验，带动产业整体升级。二要坚持长期主义，在强基固本中提质效。聚焦主责主业，做大做强国有资产，更好发挥引领带动作用，协同上下游，打造更具韧性、更加健康、更可持续、更有责任的供应链。三要坚持全球视野，在开放合作中塑优势。深度融入全球价值链，充分整合国际国内资源。加快国际化进程，着力提品质、塑品牌，讲好中国故事，努力打造世界一流的棉纺织企业。

拥抱变革

当前，数字化转型与绿色低碳发展已成为产业升级的核心驱动力。大生集团积极拥抱变革，在智能制造与可持续发展领域迈出了坚实步伐。活动中还举行了“国家卓越级智能工厂”“纺织行业碳中和工厂标准试点企业”揭牌仪式。

今年正值大生纱厂创办 130 周年，大生集团碳中和智慧纺纱工厂投产作为献礼，继往开来、更具意义。活动上，与会领导嘉宾共同启动了投产仪式。

据介绍，碳中和智慧纺纱工厂致力于打造全链控碳的“绿色工厂”“清洁能源工厂”，配套智能物流仓储系统、研发设计中心，集成运用智慧化纺纱技术，采用零碳纤维原料、绿电，构建产品全链控碳减碳体系。项目全面投产后，预计万锭用工 8 人以内，生产效率提升 30%，综合用能单耗降低 20%，生产运营和产品实现近零碳排放，为纺织行业全产业链、全生命周期绿色发展提供大生经验。

此外，与会嘉宾还观看了大生纱厂创办 130 周年专题片，参观了碳中和智慧纺纱工厂和大生纱厂工业遗存。TA

擘画高质量发展新范式

江苏大生集团高质量发展座谈会举办

■ 本刊记者_陶红

10 月 18 日，江苏大生集团高质量发展座谈会在江苏南通举行。会上，大生集团发布了“大生集团‘十五五’（2026—2030）发展规划”“大生集团 ESG 报告”。这家百年纺织名企在“智绿双轮驱动”的高质量发展道路上迈入全新阶段，也为行业转型升级提供了“大生样本”。

“智绿双轮驱动”：大生发布“十五五”规划与 ESG 报告

回溯发展历程，大生集团一脉相承步履铿锵，“十三五”锚定方向筑牢根基，为转型发展夯实厚土；“十四五”期间深耕主业，笃行实干攻坚克难，为高质量发展续写新答卷，智绿转型行业领跑，科技创新成果丰硕，补链强链稳步前行，文创拓展起步破局，向着世界一流纺织企业全速迈进。

会上，江苏大生集团党委副书记、总经理包卫东发布“大生集团‘十五五’（2026—2030）发展规划”。该规划指出，“十五五”期间，大生集团重点任务包括：一从研发体系、核心技术、人才保障三方面，强化纺织关键技术突破；二从新型材料、创新工艺、引领市场入手，着力开发纺织新特产品；三以稳链拓需、创新协同，做大规模，延伸产业链增加附加值；四以装备自动化、全流程管控、运维保障，提升纺织装备智能化水平；五建立数字化运营系统、大数据营销平台，加强企业数字化运营；六构建全链条贯通、高标准引领的纺织绿色制造体系；七以“蹇”品牌为核心抓手，从生态构建、效能提升、机制保障三方面精准发力，打造纺织产业链终端的独特竞争优势；八从街区升级、运营输出、工业文旅入手，创新拓展文化产业核心板块。

大生集团党委书记、董事长漆颖斌发布了“大生集团 ESG 报告”。他表示，大生集团始终将自身发展融入国家战略与行业变革大局，坚定不移贯彻新发展理念，以党建为引领凝聚发展合力，以绿色为底色推动转型突破，以创新为驱动激活内生动力，在传承中创新，在创新中发展，把“稳增长、促转型、提质效”作为核心任务，用实际行动践行了“制造强国”“双碳”目标下的国企担当。未来，大生集团将锚定方向、笃定前行，走智能制造之路，走低碳发展之路，走全产业链之路，走弘扬张謇企业家精神之路，与产业链伙伴携手构建更加稳定、更具韧性的产业生态。

中国棉纺织行业协会会长董奎勇表示，大生集团以敢为人先的实践，在低碳转型方面探索出了可复制的创新范式。此次座谈会是对百年大生砥砺前行、创新求变的高度肯定，也是凝聚行业智慧、共绘高质量发展蓝图的重要契机。会上他谈到三点建议，一是大力传承“张謇企业家精神”，弘扬爱国情怀。二是积极探索转型路径，树立创新范式。三是科学把握发展大势，坚定前进信心。期待大生集团再树标杆，再立新功。

“绿色答卷”落地：锚定源头减碳，共筑绿色生态链

作为中国纺织的“常青藤”，大生集团凭借数字化车间、智慧工厂的建设经验，成为国家级智能制造试点示范企业。10 月 18 日，大生集团启动的碳中和工厂项目是在“绿色发展”新赛道上的又一次突破，也是大生集团向“低碳未来”交出的新答卷。

会上发布了“大生集团碳中和工厂实施计划”。据介绍，该项目总投资 18682 万元，采用“改建”模式。在设备与产能上将实现两大突破：一是设备全面升级，淘汰全部前纺、后纺及公辅旧设备，购置



与会嘉宾合影。

清梳联、并条机、粗纱机等全流程智能纺纱设备 110 台 / 套，同时将制冷机、水泵、变压器等公辅设备换新为一级能效产品；二是产能优化扩张，将年产能从 3 万锭提升至 4.5 万锭，在实现低碳转型的同时，进一步释放生产效能。此外，为实现“碳中和”目标，大生集团构建了“三位一体”的解决方案，覆盖能源消费、供应与管理全链条。同时，将建立从“组织碳”到“产品碳”的全流程闭环管理，真正实现“核算—管理—减排—中和”的全链条覆盖。

兰精集团监事会副主席 Carlos Anibal 表示，碳中和智慧纺纱工厂投产意义非凡，它不只是大生集团的里程碑，更是纺织行业减碳的方向标。原料端，大生选用了兰精采取气候行动的天丝纤维，从源头锚定减碳；生产端，100% 的绿电和全流程的智能化，实现了效率和减排的双赢；终端，低碳纱线助力品牌打造可持续的产品，衔接绿色的消费。大生集团与兰精始终围绕着减碳同心同行，大生集团对技术和减碳的追求，也在激励兰精不断地升级可持续方案。今天新工厂投产为双方的合作打开了新的空间，未来期待与大生集团深化三方面合作，一是通过技术研发继续挖掘兰精纤维潜力；二是携手推广低碳产品、拓展市场，助力可持续消费；三是带动上下游合作伙伴一起减碳，夯实行业“碳中和”生态。

交流研讨环节，中国纺织机械协会会长顾平、经纬纺机股份有限公司总经理文科、江苏省纺织工业协会原会长谢明、江南大学原副校长高卫东、中国纱线网总编王果刚等来自行业、企业的嘉宾为大生集团碳中和工厂未来发展建言献策。

中国纺织副会长阎岩表示，从行业顶层设计来看，绿色不仅是“十四五”的主旋律，也必然是“十五五”乃至更长远未来的核心发展方向。打造全生命周期的绿色产业体系是产业与企业层面共同的重点任务。大生集团碳中和智慧纺纱工厂是行业首个系统规划并公开承诺的碳中和工厂，是技术集成也是模式创新，具有重要的产业借鉴价值。

在此，阎岩提出三点具体建议：一是希望大生积极积累绿色发展实践中的方法和经验，为行业标准、技术规范的修订与细化提供一手参考；二是希望大生系统梳理碳协同管理、可再生能源实践、全流程智能纺纱等方面的创新经验，为行业企业提供可借鉴的路径；三是纺织服装行业是全球性产业，希望大生着力加强品牌建设，积极谋划全球化发展布局。

未来，中国纺联将持续搭建高水平的行业交流平台，汇聚经验、衔接资源，全力推动“大生方案”的落地结果，特别是在 ESG 信息披露方面，持续“以披促管、以管促披”，构建信息披露的闭环机制，助力行业可持续发展。TA



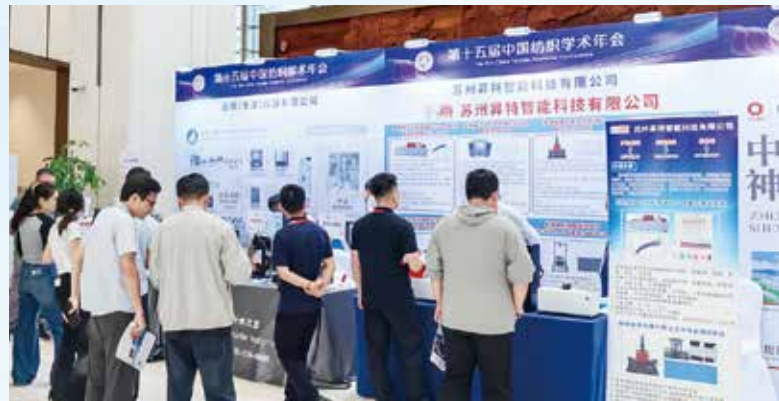
学术年会围绕纺织最新前沿科技进行了跨领域、跨学科的学术交流。

“学术 + 创新 + 产业 + ” 赋能纺织行业高质量发展

■ 本刊记者 _ 郝杰

正值中国纺织工程学会成立 95 周年之际，第十五届中国纺织学术年会于 10 月 18—19 日在江苏省南通市举行。年会以“学术 + 创新 + 产业 + ”为主题，围绕纺织最新前沿科技进行了跨领域、跨学科的学术交流；并颁发了 2025 中国纺织工程学会科学技术奖的四个子奖项，包括纺织科学成就奖、纺织科技创新奖、“中复神鹰”纺织青年科技奖、Frontiers of Textile Science Award（纺织前沿科学奖）；发布了第 26 届陈维稷论文卓越行动计划以及 2025 年纺织博士学位论文、硕士学位论文卓越行动计划遴选结果等。大会设 1 个主会场、21 个分会场以及墙报、新技术新产品展示区。

此次年会由中国纺织工业联合会指导，中国纺织工程学会主办，南通大学承办，中复神鹰碳纤维股份有限公司协办，并得到安徽工程大学、大连工业大学、东华大学、嘉兴大学、江南大学、青岛大学、上海工程技术大学、苏州大学、天津工业大学、武汉纺织大学、西安工程大学、香港理工大学、新疆大学、浙江理工大学、中国纺织科学研究院有限公司、中原工学院等的支持。



墙报展、新技术新产品展示区，吸引了不少与会者驻足。

中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲，中国工程院院士俞建勇，中国科学院院士朱美芳，中国工程院院士徐卫林、孙以泽，韩国工程院院士 Cha Hyung Joon、日本工程院院士 Kim Icksoo，中国科学技术协会科学技术创新部副部长肖朝琼，中国纺织工业联合会副会长、中国纺织工程学会党委书记李陵申，中国纺织工程学会理事长伏广伟，南通大学党委书记杨宇民，以及知名专家学者，来自海内外外科研、生产、教学一线的纺织科技工作者及学生千余名代表参会。

高端视点 用学术前瞻为行业创新铸魂

过去五年，广大中国纺织科技工作者以新材料、智能技术领域的新突破、柔性生产技术和绿色低碳关键技术等创新，实实在在地推进了产业转型升级，为全面建设社会主义现代化国家贡献了纺织力量。伏广伟在致辞中说，中国纺织工程学会自第二十四届理事会以来，以中国纺织学术年会为主的大型学术交流平台 and 科研成果传播主阵地，用学术前瞻为行业创新铸魂，通过搭建学术交流平台，创新赋能纺织科技，推动行业高质量发展。我们正处于一个学科深度交叉融合，各产业协同赋能的新工业时代，无论是学术还是创新，都被新技术变革赋予了多维度、深层次和多元化的相互融合。

面向未来“十五五”时期，学会将在服务国家战略需求、推动产业深度变革、助力建设世界科技强国的伟大进程中，展现新担当、履行新使命、赋予新作为，为实现中华民族伟大复兴的中国梦持续注入强劲的纺织科技力量，为推进中国式现代化建设、迎接学会百年华诞献礼。

南通大学始建于 1912 年，源自近代著名实业家、教育家张謇先生创办的私立南通医学专门学校和南通纺织专门学校。杨宇民在致辞

中介绍，纺织学科是南通大学的传统学科和特色学科。长期以来，学校高度重视纺织学科的发展和建设，始终将融入国家重大战略、服务地方经济社会发展作为自己的重要使命。2023 年，学校与南通市人民政府签订了“名城名校”融合发展战略协议，把纺织学科建设和高端纺织产业发展作为校地融合发展的重要内容。2024 年 12 月，学校与海安市共建的“海安南通大学高端纺织研究院”正式运行，重点布局绿色纤维材料、生物基纺织技术等领域，进一步推动创新链、产业链、资金链、人才链深度融合，力求让传统产业在求新求变中催生新动能。

他表示，将充分发挥学校的人才和学科优势，与大家一道，共同推动科技创新和产业创新深度融合，促进纺织行业高质量发展，为发展新质生产力作出新的更大贡献。

当今世界，新一轮科技革命与产业变革正以“数实融合、跨界突破”的特征重塑全球纺织产业格局。纺织行业亟需以科技创新破解发展难题，以新质生产力推动产业向“高端化、智能化、绿色化、融合化”跃升。李陵申在致辞中表示，发展新质生产力已成为推动行业高质量发展的核心路径，只有突破关键核心技术、优化生产要素配置、深化产业转型升级，才能摆脱传统发展路径依赖，实现从“规模领先”到“质量引领”的根本性转变。

为此，李陵申对未来科技创新提出三点建议：一是构建基础研究攻坚体系，筑牢创新根基，强化科技攻关的战略性前瞻性布局；二是推动产业结构升级，增强核心竞争力，系统完善科技研发体系；三是完善金融支持体系，促进产融结合协同发展，创新产业链金融模式。

荣誉时刻 聚焦科技成就与创新前沿

会上宣布了 2025 中国纺织工程学会科学技术奖获奖名单并颁奖。东华大学教授张清华荣获纺织科学成就奖；东华大学研究员李召岭、东华大学教授孙阳、华中科技大学教授陶光明、武汉纺织大学教授夏治刚、天津工业大学教授庄旭品荣获纺织科技创新奖；美国加州大学戴维斯分校教授孙刚荣获纺织前沿科学奖；青岛大学刘云、浙江理工大学刘国金、浙江理工大学余厚咏荣获“中复神鹰”纺织青年科技奖。

张清华获奖后表示，大家常说十年磨一剑，但真正十年做一件事不出成果是很难的。我一直从事聚酰亚胺的研究，目前取得了一些成绩，感谢中国纺织、中国纺织工程学会，以及企业给予的支持和帮助。

中复神鹰碳纤维股份有限公司副总经理、中复神鹰碳纤维西宁有限公司总经理连峰表示，目前我国碳纤维事业取得了很大成绩，但在基础研究和应用研究上还有很大的提升空间。希望有更多的青年科技人才加入碳纤维领域，推动我国碳纤维行业迈向新高。

此外，学会为“纺纱工艺数字孪生系统应用科研基地”等 3 家中国纺织工程学会科研基地颁发了证书。学会还发布了中国纺织工程学会科技论文卓越行动计划遴选结果：《条混过程模拟及纤维在纱条中分布的预测》等 8 篇博士学位论文入选纺织博士学位论文卓越行动计划；《基于细观统计特征的 3D-BFRP 参数化随机建模与力学性能验证》等 12 篇硕士学位论文入选纺织硕士学位论文卓越行动计划；《光致变色纺织品的制备及其防伪应用》等 30 篇论文入围第 25 届陈维稷论文卓越行动计划，其中《莱赛尔纤维环保染色机制》等 15 篇为入选论文。

主旨报告 以融合创新实现发展新突破

孙瑞哲在《在创新融合中开启锦绣未来》主旨报告中，从认识中国纺织发展的新阶段、理解创新已成为发展必答题、洞悉产业创新实践的新特征、理清行业创新体系的新要求、把握创新体系建设的着力点、以融合创新实现发展新突破等六个方面，阐述了行业创新的必要性、新特征，以及突破方向和路径。

孙瑞哲指出，推动创新体系的现代化构建，必须立足当下，着眼未来，在深刻洞察变革趋势的基础上，把握好构建适配未来的知识体系、适应智能驱动的创新范式、引导合理高效的资源配置三个关键方



中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲（左）为张清华颁奖。

向。科技创新与产业创新深度融合，是把握时代脉搏、重塑产业未来的系统工程。要充分发挥新型举国体制优势，知行合一、体用合一、义利合一，系统布局，务实推进。

以融合创新实现发展新突破，一要把握关键点，以原始创新筑牢产业根基；二要融通价值链，以纵深整合提升转化效率；三要拓宽需求面，以开放融通提升发展位势；四要打造联合体，以集成集约完善产业生态。

孙瑞哲最后表示，党的二十届四中全会即将召开，在新的战略擘画中，中国纺织工业正迎来新的历史起点。建设现代化产业体系，科技、时尚、绿色、健康，经纬交织；技术、场景、规则、生态，锦绣交融。我们的行业创新工作更应笃实坚定，向下扎根；志存高远，向上攀登。要有于众声喧哗中见未来的方向感；要有于瞬息万变中知行止的节奏感；要有于开放协作中强本色的主体感；要有于实业报国中有担当的责任感。

韩国浦项科技大学教授 Cha Hyung Joon 以“水凝胶微纤维原位光交联实现脑动脉瘤栓塞”为题，介绍了新型光敏水凝胶微纤维技术，用于脑动脉瘤栓塞治疗。该技术通过光纤集成微流控装置实现原位光交联，解决了传统栓塞材料在复杂血管环境中填充不均匀、易移位等问题。

美国加州大学戴维斯分校教授孙刚作了以“可持续性功能纺织品研究的探索”为题的报告，介绍了国际可持续纺织品及工艺开发的最新进展，他特别介绍了聚酯回收与高分子酶降解的技术。

青岛大学教授房宽峻以“数字化绿色化与功能化纺织技术的探索与实践”为题，介绍了数字喷墨印花最新技术、无盐染色与废水资源化再利用实施案例，以及纳米复合纤维制品与人工造血管研究的最新成果。

东华大学教授孟焯作了题为“纤维复合材料编织和机织技术与装备及产业化应用”的报告，介绍了编织技术与装备及主要产品、机织技术与装备及主要产品。她认为，复杂大尺寸超厚预成型体创新三维编织和机织工艺与原理、编织和机织复合材料结构件的设计仿真软件、建设“编织 +”和“机织 +”的自动化智能化复合生产线是未来发展重点。

学术交流 围绕前沿议题展开全方位研讨

10 月 18 日下午，8 个分会场同时开讲，围绕纺织前沿科学与技术、现代纺织技术、先进丝绸材料及低碳制造、纺织材料循环利用技术、智能健康纺织及可穿戴技术、高性能纤维及复合材料、生物基纤维材料前沿技术、安全防护用纺织装备及技术等议题进行了全方位交流。

10 月 19 日，12 个分会场围绕纺织未来技术、纺织与材料交叉前沿科技、纺织生态染整技术、纺织品时尚设计与绿色制造、纤维新材料与绿色数智加工技术、高科技服装、车用先进纤维材料及纺织品、纺织品工效学评测与应用、智能与绿色纺织、健康与能源纤维产业化智造技术、功能纤维与织物的多维度应用创新、织物电子与纺织智造等议题展开深入交流。同期还举办了第五届纺织研究生论坛。

会场外还设立了墙报展、新技术新产品展示区，吸引了不少与会者驻足。TA



面对“小单快反”的行业趋势，柯桥纺织企业以创新思维重塑生产与服务模式，显著提升了市场应变能力与客户服务水平。

“小单快反”的柯桥答卷： 速度与质量的协同升级

■ 本刊记者_唐小狄 文/摄

在快时尚与电商蓬勃发展的推动下,纺织行业市场需求节奏加快、订单趋于碎片化。为适应这一变革,以市场需求为导向的“小单快反”柔性供应链模式应运而生,它通过小批量试单、快速测试和即时补单的循环机制,显著缩短产品上市周期,帮助品牌精准捕捉市场趋势并降低库存风险,同时推动制造企业向高效、精准、柔性的现代生产服务商转型。

作为全球纺织产业重要集聚区,柯桥凭借完整的产业链基础和敏锐的市场应变能力,已成为“小单快反”模式实践的先行区域。当地不仅形成了从纤维、织造到印染、服装的完整产业体系,还积极打造数字化设计平台和敏捷制造集群,为该模式提供了坚实的土壤。

近日,《纺织服装周刊》记者通过采访柯桥纺织企业,了解到他们正通过整合资源、升级仓库管理和提升服务质量等措施来应对当下的“小单快反”热潮。柯桥的实践表明,这种创新不仅是订单模式的创新,更是供应链系统能力的整体提升,为传统纺织产业集群适应新市场环境提供了值得借鉴的发展路径。

整合产业资源：构建柔性供应链新范式

“小单快反”模式以客户需求为生产起点,通过快速试单、动态调整的生产策略,真正实现了从“生产导向”到“市场导向”的转变。这一模式的高效运转,尤其得益于完整产业链的有力支撑。柯桥有着从纱线到面料的全产业链生态,极大缩短了从创意到产品的转化时间,为小批量、多批次、

快响应的柔性制造提供了得天独厚的优势。

绍兴亿发纺织品有限公司通过深度整合柯桥本地数百家合作厂商资源,实现了从面料开发到生产交付的高效协同。“‘小单快反’模式的核心就是要整合好现货供应链,将现有产品优化好,建立标准化流程和精准的数据系统。”绍兴亿发纺织品有限公司董事长赵胜斌表示,通过系统化的资源整合,快速响应客户需求,实现从接单到发货的高效闭环。本质上,“小单快反”不只是速度快,更是资源匹配能力强、品控到位、服务精准的综合体现。

同时,为了保证产品交付的质量,亿发纺织还建立了一套标准化管理体系,从面料物理指标检验到布面质检,每个环节都设有明确的责任人与流程规范。赵胜斌分享了他们的实践成果:“我们建立了标准化的品控流程,业务人员均需严格遵循。对面料的物理指标,如色牢度、起毛起球等,都有明确的检验标准;布面质量也实行全检,每个环节专人跟踪——尤其是服务品牌客户,质量上绝不能放松。”这套体系不仅体现了亿发纺织对产品质量的严格要求,也彰显了其在“快反”模式下始终坚持品质先行的核心理念。

柯桥的全产业链生态奠定了“小单快反”的可行性,它打破以往依赖大批量、长周期的生产定式,转向由实时需求驱动生产、依托集群协作实现快速响应的新模式。在这一机制驱动下,“柯桥制造”已不再局限于地域生产的概念,更形成了一套以前端数据反馈、系统化资源整合和精细化品控为核心的柔性供应链体系,持续推动纺织产业向高效、精准方向迈进。

数字化管理仓库：奠定高效响应数据基础

“现货快反”已成为不少企业应对市场波动的重要供应链策略。该模式以现货储备为基础,追求对订单的极速响应。而高效运转的背后,离不开精准的仓库管理——它既是库存可视化的核心,也直接影响发货效率和成本控制,因此,良好的仓储体系是确保该模式高效运行并发挥其敏捷特性的重要基础。

在“小单快反”的整体模式中,仓库管理构成了实现敏捷供应链的重要基础。位于中国轻纺城东市场的聚优纺织正是一个典型案例,其凭借三万平方米的仓库和约三千万米的现货储备,有效应对多批次、小批量的订单需求。但是,想要在如此大的仓库与海量的布匹中精准找到面料,需要一套成熟的数字化仓库管理系统。聚优纺织所采用的“爱讯纺织软件”系统,实现了从“人找货”到“货定位人”的转变,通过精准的库位管理、动态盘点和快速出入库机制,显著提升了订单响应速度和发货准确率,极大减轻了因现货规模带来的管理压力。

该系统为每匹布赋予独一无二的二维码标识,配合扫描枪实现了一物一码的全流程追踪。聚优纺织门市部主管尹一详细解释了系统的优势:“通过这个系统,我们可以很准确地定位到产品放在哪个位置,通过电脑查询就知道货品的具体位置。”这不仅避免了在数万平方米的仓库中盲目找货的低效,也使得库存数据变得实时、透明。同时,每到换季或盘点期,系统可以迅速生成精确的库存报告,帮助管理者识别滞销品。

通过这个系统,工作人员能够实现库存数据的实时同步与动态更新,极大提升了多部门协同效率。系统自动记录每一笔出入库信息,并精准关联至相应客户与订单,实现了“从仓库到客户”的全链路可视化,这不仅降低了人为误差,更大幅提升了仓储作业的效率与准确性。

柯桥纺织企业通过将现货储备与数字化工具结合,不仅强化了其在快反供应链中的竞争力,也为传统纺织行业转型升级提供了切实可行的路径。这一模式突出了柯桥作为全国面料供应枢纽的灵活性和应变能力,彰显了企业在响应市场需求、优化供应链协同方面的努力与成效。这一实践已成为柯桥纺织业高质量发展的重要支撑,为同类企业探索“小单快反”模式提供了有益借鉴。



精准对接客户：打造实时响应敏捷生态

“小单快反”的本质在于对客户服务价值链进行深度重塑。该模式通过快速响应消费趋势,有效帮助企业降低库存风险,更好地适应多元化市场需求。在这一模式下,纺织企业与客户的关系不再是简单的订单执行,而是升级为“一对一全流程实时协同”的深度绑定,通过这种与客户的全流程实时沟通,将传统模式下孤立的“交付—验收”环节,转化为双方共同参与、即时决策的动态过程。

绍兴市星辉纺织绣品有限公司专注于数码印花与刺绣工艺的创新融合,这一独特的生产模式不仅提升了产品附加值,也对生产流程的协同性和客户沟通的精准性提出了更高要求。

为此,公司配备了20余人的设计团队,建立了灵活的对接机制:当客户提出设计需求时,会立即安排专属设计师一对一沟通,精准把握客户意图,既确保满足客户需求又兼顾工艺可行性。设计团队在获取花型创意后迅速研讨并完成设计,当天即可上机打样,让客户快速见到实物样品,最快在客户下单的第二天就能拿到货品。真正实现了从创意到产品的高效无缝衔接,为客户提供兼具美感和实用性的优质解决方案。

支撑这一快速生产体系的,是星辉纺织对先进生产设备的持续投入。据星辉纺织总经理邱爱琴介绍,公司采用了海印鲲 single-pass 数码印花机,不仅能满足大批量订单的需求,更能灵活适应小批量、多批次的快反生产模式。数码印花机大幅缩短了印花环节的生产时间,确保了从设计到打样再到批量生产的高效衔接,为“小单快反”提供了坚实的硬件保障,真正实现了质量、效率和灵活性的统一。

同时,为了保证客户对产品的满意度,星辉纺织实施了全流程的精细化管理。公司安排专属业务员在每道关键工序前主动与客户对接确认,通过这种全程透明化的生产服务让客户实时掌握进度,极大增强了合作信心。在交货前,星辉纺织还严格执行“美标四分制”质检标准,对产品进行严格检验,确保每一件交付的产品都符合高质量要求,真正做到让客户放心、满意。

面对“小单快反”的行业趋势,柯桥纺织企业以创新思维重塑生产与服务模式,通过持续的技术升级与管理变革,显著提升了市场应变能力与客户服务水平。柯桥正以快速响应、高效协同和品质保障为核心,逐步构建起适应新市场需求的高弹性供应链体系,为区域纺织经济的转型升级提供重要的实践范本。TA





产品为王，生态致远

记奈恩针纺的差异化增长之道

■ 本刊记者 _ 边吉洁 / 文 王耀祖 / 摄

在竞争日趋激烈的纺织行业，如何凭借差异化优势站稳脚跟并实现持续增长？绍兴奈恩针纺织品有限公司给出了自己的答案——以一体化服务能力为支撑、以精准战略定位方向、以持续产品创新为动力，逐步成长为业内瞩目的标杆企业。近日，《纺织服装周刊》记者走进奈恩针纺，与总经理田晓龙展开深度对话，从业务架构、产品布局、合作模式到未来规划，探寻这家企业稳步前行的核心密码。

奈恩针纺清晰的业务架构与扎实的硬件基础令人印象深刻。公司现已构建档口销售、工厂生产与品牌贸易三大板块，形成从研发到交付的全链条服务能力。生产端配备 160 余台清一色双面机，专注罗马布、单孔丝、空气层等双面布产品，同时提供坯布经销与来料加工，为整体业务开展筑牢根基。

在三大板块的协同运营上，田晓龙展现出明确的策略思维：档口销售坚持自有核心产品，突出独特性与差异化；品牌贸易则注重灵活定制，响应高端客户的个性化需求。双轨并行的模式，既强化了品牌辨识度，也拓展了市场边界，推动公司实现“守正出奇”的良性发展格局。

聚焦核心赛道，协同品牌创价值

业务架构之外，奈恩针纺的快速成长，更离不开对核心赛道的精准聚焦——运动户外时尚领域。据介绍，该领域业务占公司总业务比重高达 80%，围绕这一核心方向，公司构建了涵盖单面布、双面布、提花布、毛圈布、经编布及梭织布的完整产品矩阵，形成“赛道聚焦+产品多元”的双重优势。

能在运动户外领域站稳脚跟，关键在于奈恩针纺与头部品牌的深度合作。凭借对产品品质的极致追求，公司已成为亚瑟士（ASICS）、爱威亚（AVIA）、荷马（JOMA）等国内外知名运动品牌在针织面料领域的核心供应商。这种合作并非简单的“供需关系”，而是田晓龙口中的“协同共创”。品牌方凭借敏锐的市场洞察，为奈恩针纺提供最新的趋势与消费需求信息；奈恩针纺则依托自身研发与生产能力，围绕这些方向推进产品创新，共同开发符合消费者期待的优质面料。

这种双向赋能的合作模式，不仅让奈恩针纺精准把握市场脉搏，更帮助其提前卡位潜力赛道。田晓龙回忆道：“五年前，正是基于与品牌的紧密互动，我们敏锐捕捉到户外市场的机遇，率先投入户外面料的共同开发。如今户外市场的飞速成长，既验证了当时的判断，也让我们与品牌的伙伴关系更加牢固。”

为确保产品的卓越品质与核心功能，奈恩针纺在原材料与生产工艺上实行双重把控。公司甄选进口与国产优质原材料，依托精密的生产工艺，赋予产品吸湿速干、抗菌防臭等关键功能。“这些功能在户外运动场景中具有极强的实用性，比如消费者在爬山后，穿着采用我们面料制作的衣物，无需清洗就能保持干爽洁净，有效提升了运动体验。”田晓龙说道。



田晓龙

随着户外市场的演变，奈恩针纺也在主动推进产品升级与多元化。田晓龙分析道：“当前户外市场正朝着城市风、商务户外等方向延伸，消费者对户外面料的需求也更趋多元。未来我们会加大研发投入，开发更多符合市场趋势的创新产品，为客户提供更丰富、全面的解决方案，进一步巩固在户外面料领域的市场地位。”

创新营销服务，生态思维谋长远

在营销理念上，田晓龙始终坚持“产品为王”核心思想。他认为，在纺织行业，产品品质是企业立足的根本，只有打造出过硬的产品，才能真正赢得客户的认可与市场的青睐。因此，公司并不推崇传统的硬性推广方式，而是将更多精力投入到产品研发与品质提升上，依托客户口碑传播等方式，逐步扩大企业影响力。

在服务上，奈恩针纺同样以客户为中心，致力于提供高效、优质的支持。公司建立了 24 小时响应机制，确保客户在合作中遇到的问题能及时解决。“服务必须跟上产品的节奏。”田晓龙强调，“只有为客户提供全方位支持，才能实现长期稳定的合作，这也是我们在行业内树立良好口碑的关键。”

更具前瞻性的是，奈恩针纺并未止步于产品生产与客户服务，而是在探索向纺织行业综合服务平台转型。田晓龙介绍：“我们除了专注自有针织面料的研发生产，还与生产绒布、皮革等的相关企业合作，与针织板块形成互补，为客户提供一站式面料解决方案。”通过整合资源、拓展服务领域，奈恩针纺正逐步构建覆盖全品类的纺织面料生态系统，而与同频客户的深度合作，又进一步完善了生态布局，最终实现企业、客户与合作伙伴的共赢。

从清晰的三大业务板块筑牢根基，到聚焦运动户外赛道并以协同共创绑定优质品牌；从以双重把控守住品质底线，到以产品为王树立口碑、以生态思维谋划长远，在田晓龙的带领下，奈恩针纺始终以创新为驱动、以品质为根基、以客户为中心，在激烈的纺织行业竞争中走出了一条差异化成长之路。未来，随着户外市场的持续扩容与纺织行业的数字化转型，奈恩针纺将进一步发挥自身优势，在产品创新与生态构建上实现新突破，为纺织行业的高质量发展注入更多活力。TA

Focus / 聚焦

开启中亚市场新机遇

2025 中国轻纺城纺织面辅料展登陆乌兹别克斯坦

为助力柯桥纺织企业开拓国际贸易市场，加强与中亚市场的深度链接，近日，为期三天的 2025 中国轻纺城乌兹别克斯坦纺织面辅料展在塔什干国际展览中心圆满落幕。这场展会不仅成为柯桥纺织企业开拓中亚市场的“直通车”，更以产业互补的精准对接为后续深耕“一带一路”市场奠定了坚实基础。

此次展会的展览面积达 1200 平方米，70 个国际标准展位汇聚了 51 家柯桥优质纺织企业，万余款面料精品一同亮相。从户外功能面料到时尚化纤，从提花窗帘到高弹运动布，柯桥纺织的多元化与创新力吸引了近 2 万人次专业观众到场，首日即斩获近 9 千米订单，尽显“国际纺都”的产业实力。

乌兹别克斯坦作为全球第六大产棉国，拥有 6000 余家纺织企业，却长期面临中高端面辅料供给缺口。而柯桥凭借完整产业链与创新能力，与当地需求高度契合。展会现场，鑫绫隆纺织的锦氨双面布因高弹性受运动服饰采购商追捧，飞阔纺织的提花窗帘则以新颖设计斩获大单，印证了双方产业互补的巨大潜力。

作为柯桥区深耕中亚市场的关键举措，本次展会由中国轻纺城联合法兰克福展览集团打造，旨在为企业搭建“走出去”的直达平台。展会期间，企业不仅展示产品，更通过考察当地阿布萨黑批发市场，挖掘消费需求与纺织缺口，为长期布局中亚奠定基础。



展会为柯桥企业搭建了“走出去”的直达平台。图为展会现场。

今年以来，中国轻纺城集团积极布局海外，成功运行“柯新亚”跨境专线，实现柯桥纺织品至乌兹别克斯坦的快速直达。这一物流通道的打通，不仅降低了贸易成本，更提升了供应链稳定性，为纺城经营户拓展“一带一路”合作提供了坚实保障。

从产品输出到产业共生，柯桥纺织正以中亚为战略支点，编织起贯通“新丝绸之路”的产业合作网络，为推动全球纺织行业的协同发展注入新活力。（边吉洁）

中国（柯桥）拼布艺术展启幕

近日，以“布韵东方·织造未来”为主题的中国（柯桥）拼布艺术展在柯桥区博物馆开幕。本次展览旨在深度挖掘拼布艺术的文化内涵与时代价值，通过一块块缤纷的布料，编织出传统与现代交融的动人画卷，为观众带来一场独特的视觉与心灵体验。

据了解，本次展览的展期将从 10 月 14 日持续至 12 月 6 日，为期近两个月，为艺术爱好者们提供充裕的观赏时间。展览汇聚了来自全国的 40 余位拼布艺术家、拼布设计师、拼布手工爱好者以及少数民族非遗传承人的 70 余幅拼布艺术作品。

为增强展览的观赏性，展览现场特别划分为三大单元：“传统风格拼布”单元聚焦民族纹样与古典技艺，展现拼布作为生活与礼仪容器的深厚底蕴；“现代创意拼布”单元则打破边界，以抽象构图与综合材料拓展艺术的表达维度；而“匠心技法拼布”单元强调工艺的精湛与材料的创新。

拼布作为一种以布料为载体的艺术形式，与柯桥的产业底色形成了完美的共生关系。柯桥凭借其深厚的产业积淀与市场活力，为拼布创作提供了最前沿的面料选择与技术支持，更通过连续举办中国拼布创意设计大赛、国际拼布学术研讨会等高规格大赛与学术活动，构建了一个从创意设计到产业应用的全链条生态，使其成为纺织产业文化赋能和时尚转型的重要一环。

此次“布韵东方·织造未来——中国（柯桥）拼布艺术展”无疑为柯桥的拼布艺术版图增添了浓墨重彩的一笔。它让深藏于民间的技艺走向聚光灯下，让古老的东方美学与现代设计思维碰撞出火花，增进公众对传统与现代融合的艺术形式的认知和欣赏，对拼布这一重要的中国文化遗产有更深入了解。（王耀祖）



与会领导见证第十四届江苏（盛泽）纺织品博览会暨 2025 苏州湾时尚周在盛泽镇启幕。

五大板块联动，意向交易额超 15.8 亿元！

第十四届江苏（盛泽）纺织品博览会暨 2025 苏州湾时尚周举办

■ 本刊记者 _ 陶红

经纬交织间藏着产业热忱，山海奔赴处涌动时尚新程。10 月 15—19 日，第十四届江苏（盛泽）纺织品博览会暨 2025 苏州湾时尚周圆满举办。从“盛泽织造”的硬核实力到时尚高定的美学绽放，从绿色新材的创新突破到人才赛事的活力迸发，以热爱织就产业答卷，那些秀场高光、展会亮点与商贸硕果，是当下的精彩定格，也是盛泽向纺织时尚新山海再启新程的有序序章。

本届盛会交出了一份亮眼成绩单：300 余家优质面料企业、1500 余家全球采购商齐聚盛泽，在 3 天的产业链供需对接中寻觅商机。9 场时尚大秀、3 场行业顶级赛事、2 场国际会议轮番上演，构建起“秀、展、赛、会、商”五大板块联动的立体格局。本届纺博会共吸引海内外专业采购商 5.15 万人次，达成意向交易额超 15.8 亿元。



立根本、立新意、立格局： “千亿产业、千亿企业、千亿市场” 齐头并进

作为经济社会发展的符号性盛事，江苏（盛泽）纺织品博览会与苏州湾时尚周是促进产业衔接、推动供需升级的重要平台，也是引领产业风尚、孕育创新价值的重要引擎。10 月 15 日，第十四届江苏（盛泽）纺织品博览会暨 2025 苏州湾时尚周开幕式在盛泽镇举办。

开幕式上，中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲表示，今年是“十四五”收官、“十五五”谋划的关键之年，希望盛泽在新征程中挺膺担当，引领发展。一要“立根本”，筑牢产业根基。要充分发挥全产业链优势，夯实制造基座与深化源头创新。统筹推进高端化、智能化、绿色化发展。完善流行趋势研究发布体系，强化创意设计与品牌培育能力，推动制造硬实力与设计软实力同频共振。二要“立新意”，激发创新动能。推动科技创新与产业创新融合发展，发展新材料、新制造；做好“人工智能+”，培育智能原生新模式、新业态；加强纺织与大健康、生物经济、低空经济等新兴领域、未来产业融合发展，形成新领域、新赛道。三要“立格局”，促进内外融通。要以全球视野统筹发展与安全，在深化布局中拓展产业空间。推动“跨境电商+产业带”高效协同，加快从产品、产能到品牌、资本的出海升级。融入区域发展战略，深化产业协作，推动苏锡通高端纺织集群再上新台阶。

吴江区委书记孙建江表示，盛泽素有“日出万绸、衣被天下”的美誉，集聚超 2500 家纺织工业企业，包括恒力、盛虹两家“世界 500 强”，东方丝绸市场年交易额超 2000 亿元，“千亿产业、千

亿企业、千亿市场”齐头并进。“陆海空铁”立体交通助力各类企业高效链接资本、技术、人才等各类要素，让“盛泽面料”以最快速度、最优成本直达全球市场，也让“盛泽织造”品牌影响力沿着“新丝路”越传越远。吴江将一如既往打造最舒服的营商环境、提供最有力的政策支持，与大家在国家战略舞台上携手成就精彩、共赢未来。

10 月 19 日晚，伴随着闭幕大秀——2025 苏州湾时尚趋势发布会的举行，第十四届江苏（盛泽）纺织品博览会暨 2025 苏州湾时尚周画上圆满句号。闭幕大秀以“苏州湾，与世界共时尚”为主题，汇聚上久楷宋锦、特步、丁非高定等领军品牌与顶级设计力量，通过四场主题大秀与全民互动体验，具象化“色彩、面料、纹样、功能”等时尚符号。中国纺织工业联合会副会长徐迎新出席活动。

多平台多项目落地： 多维驱动盛泽纺织产业生态升级

多年来，盛泽坚持创新为本、制造为基，因地制宜发展新质生产力，“走在前、做示范”，已成为我国纺织现代化产业体系建设中的领跑者。开幕式上举行的一系列启动及签约仪式，呈现了盛泽在推动产业升级、构建现代化产业体系方面的最新成果。

中国东方丝绸市场数字化平台“云纺城”正式上线，中国东方丝绸市场供应链金融数字化平台联盟启动，颁发了绿色创新突出贡献企业奖；天祥集团（中国区）绿色创新中心项目、中欧纺织产业链区块链技术追溯项目、国际纺织低碳智造苏州中心项目签约仪式举行；苏豪时尚集团和盛泽镇人民政府进行战略合作签约；盛泽智能家居产品英国海外仓、骆驼（中国）户外用品供应链中心揭牌成立；还发布了吴江纺织产业转型升级战略、盛泽纺织产业转型升级平台载体、“智绿同行 碳索未来”盛泽纺织产业绿色低碳转型发展成果、“盛泽织造”区域品牌多矩阵焕新计划。

“秀、展、赛、会、商” 五大板块： 展示盛泽纺织产业的创新与纵深

作为纺织行业的标杆性专业盛会，本届展会围绕“秀、展、赛、会、商”五大板块，全方位展示产业发展的最新成果，持续引领新潮流、新趋势和新理念。

“秀”风貌，时尚演绎，双城共鸣。活动期间，盛泽本土终端品牌、本地品牌面料企业及盛泽入驻设计师联合多品牌共同呈现 9 场时尚大秀。其中，8 场落地盛泽，以新品发布激活设计活力，打造时尚与可持续共生样本，全面展示“盛泽织造”的产业实力；2025 苏州湾时尚趋势发布会汇聚上久楷宋锦、特步、丁非高定等领军品牌与顶级设计力量，通过四场主题大秀与全民互动体验，构建起连接全球潮流与本土文化的桥梁。

“展”产业，虚实结合，全景呈现。本届江苏（盛泽）纺织品博览会与江苏（盛泽）纺织新材料及印花展“两展合办”，总展出面积近 2 万平方米，汇聚了 300 多家优秀纺织企业，并同期举办线上“云展会”，聚焦“盛泽织造”核心优势，集中展示时尚女装、功能户外、科技环保等高端面料，尽显绸都产业根基。

本届博览会展区设置丰富多元，涵盖中国纺织面料流行趋势发布区、户外用品特色展、盛泽织造成果展、设计师共创样衣静态展、MINI 秀台区、光地企业展区、精品面料展区，以及“专精特新 创新空间”等。其中，纺织新材板块汇聚环保纤维、功能性纱线等创新成果，彰显材料迭代活力；户外用品展区陈列采用盛泽科技面料的冲锋衣、露营装备等，兼顾防护与舒适；印花科技专区呈现数码印花、智能花型设计等前沿技术，赋能面料花样高效创新，全方位勾勒纺织全产业链升级图景。

“赛”人才，设计驱动，绿色引领。聚焦“立足面料、赋能产业”核心，以专业赛事为人才培育纽带，搭建从创新理念到产业落地的实践平台。东方杯·2025 中国女装设计大赛、2025 中国生态环保面料设计大赛、盛泽杯·2025 江苏省十佳服装设计师职业技能竞赛接连举办，以此发掘并集聚一批兼具技术实力与前瞻视野的纺织人才，推动创新成果与产业需求精准对接，为盛泽纺织产业转型升级提供智力支撑。

“会”科创，智汇纤维，丝路新声。活动期间，2025 国际先进纤维材料创新大会以“千丝万缕 焕新消费”为主题，聚焦消费新需求深入探讨先进纤维材料产业发展趋势，为拓展纤维应用场景注入新理念、开辟新路径；第十一届中国国际丝绸会议则汇聚海内外丝绸及相关领域专家学者，交流探讨丝绸相关的新信息、新技术、新产品，推动现代纺织丝绸业的创新发展。

“商”经济，精准对接，赋能供需。本届博览会以“商”为桥，激活商贸经济，“专精特新”企业成核心力量，携细分领域的面料创新成果、时尚设计方案集中亮相，展现产业链细分赛道的硬实力。同时，依托精准对接平台，打通面料供应商、服装品牌、设计师等多方需求链路，实现资源高效匹配，更以“产业生态融合发展”为导向，串联纺织制造、时尚创意、商贸流通等环节，构建从产品研发到市场落地的完整商业闭环，为盛泽纺织产业注入持续增长动力。

从千亿产业集群的坚实根基，到绿色创新与数字平台的加速布局；从国际赛事的创意激荡，到产业链的精准对接——这场经纬交织的盛会，已不仅是行业风向的展示窗口，更是产业与时尚深度融合、迈向高质量发展的新起点。面向未来，盛泽正以科技为梭、以时尚为线，织就一幅贯通古今、联通世界的纺织新图景，在全球纺织时尚的“新山海”中，继续奔赴更辽阔的征程。





与会代表合影。

在传承中创新，在奋进中超越

中国纺织工程学会第二十七届理事会产生

■ 本刊记者 _ 郝杰

10月17日，中国纺织工程学会第二十七次会员代表大会在江苏省南通市召开。大会总结了第二十六届理事会工作，选举产生了新一届理事会党委、理事会及新一届监事会，李陵申当选为中国纺织工程学会第二十七届理事会党委书记、副理事长，伏广伟当选为中国纺织工程学会第二十七届理事会党委副书记、理事长，朱超当选为中国纺织工程学会第二十七届理事会党委纪检委员、第二届监事会监事长。

中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲，中国工程院院士俞建勇、徐卫林，中国科学技术协会科学技术创新部副部长肖朝琼，中国纺联副会长、中国纺织工程学会党委书记李陵申，中国纺织工程学会理事长伏广伟，中国纺联党委副书记、纪委书记、中国纺织工程学会监事长朱超，中国纺织工程学会第二十六届理事会总工程师刘军，中国纺织工程学会第二十六届理事会副理事长，中国纺联相关部门负责人以及中国纺织工程学会老领导，各省、自治区、直辖市纺织工程学会，各分支机构以及来自全国各地的会员代表近300人参加会议。

坚守科技报国初心，构建发展新格局

李陵申在致辞中说，过去五年，学会砥砺前行，硕果累累。他对下一届理事会工作提出三点建议：一是坚定创新自信，激发广大科技工作者实现高水平科技自立自强的雄心壮志；二是做实会员服务，构筑有温度、可信赖的纺织科技工作者之家；三是促进融合贯通，助力科技创新与产业创新深度协同。

李陵申表示，中国纺织工程学会已经走过了不平凡的奋斗历程，站在新的历史起点上，学会使命光荣、责任重大。学会将以党的二十大精神提出的“两个永远在路上”伟大工程为指引，更加紧密地团结起来，以更加昂扬的斗志、更加务实的作风、更加创新的精神，砥砺前行，勇毅前行，为全面推动我国纺织科技事业高质量发展，为早日建成纺织科技强国、实现中华民族的伟大复兴做出新的、更大贡献。

伏广伟以“凝心聚力 协同发展”为主题作了中国纺织工程学会第二十六届理事会工作报告。自2020年10月第二十六次会员代表大会召开以来，学会紧扣“建设世界科技强国”与“纺织现代化产业体系”战略目标，切实履行“四服务”职责，在政治引领、组织建设、学术交流、产业服务、国际合作等领域开展系统性工作，推动学会价值使命、组织吸引、学术引领、会员服务与现代治理全面提升。

对于未来的工作，伏广伟表示，坚信新一届理事会必将坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，牢牢把握正确发展方向，广泛凝聚全体纺织科技工作者的智慧和力量，坚守科技报国初心，勇担创新引领使命，持续深化国际国内交流与合作，着力构建“平台筑生态、试点推示范、开放拓网络、人才强服务”的学会发展新格局。

新的领导班子成立，助力行业启新篇

朱超作中国纺织工程学会第一届监事会工作报告，并对下一届监事会工作提出建议：一是进一步加强自身建设，提高监事会成员的专业素养和监督能力；二是不断完善监督机制，创新监督方法，提升监督工作的科学性和有效性；三是密切关注学会理事会（常务理事会）及办事机构的发展战略和重点工作，加强对重大项目、重点业务的监督。希望第二届监事会继续为学会实现高质量发展提供坚实的保障。

大会审议通过了《关于中国纺织工程学会第二十六届理事会工作报告的决议》《关于中国纺织工程学会第一届监事会工作报告的决议》《关于中国纺织工程学会第二十六届理事会财务报告的决议》3项决议。

在中国纺织工程学会第二十七届理事会第一次理事会议上，以无记名投票、等额选举方式产生了第二十七届理事会66名常务理事，选举产生了丁彬、王士华、白濛、孙以泽、李陵申、李娟、张红霞、俞建勇、徐卫林、徐纪刚、高惠芳等11名副理事长，选举伏广伟同志为理事长，并在大会上聘任了高惠芳同志兼任秘书长；中国纺织工程学会第二十七届理事会总工程师由张洪玲同志担任。

大会同期召开了中国纺织工程学会第二届监事会第一次监事会议，以无记名投票、等额选举方式选举朱超同志为监事长。

大会召开了中国纺织工程学会第二十七届常务理事会第一次党员大会，以无记名投票、等额选举方式选举李陵申同志为党委书记、伏广伟同志为党委副书记、朱超同志为纪检委员，张红霞、俞建勇、徐卫林、高惠芳4名同志为党委委员。

坚持“四个面向”，科创事业建新功

孙瑞哲作重要讲话指出，过去几年，中国纺织工程学会坚持为科技工作者服务、为创新驱动发展服务、为提高全民科学素质服务、为党和政府科学决策服务，组织力、引领力、服务力持续提升，以卓有成效的工作，推动纺织新质生产力发展，行业创新事业打开了全新局面。

孙瑞哲希望新一届理事会坚持“四个面向”战略导向，围绕科技、时尚、绿色、健康的高质量发展新维度，团结带领广大纺织科技工作者，在纺织现代化产业体系建设中建新功、创新绩。一要登高见远，提升政治站位；二要务实求新，强化创新策源；三要聚势赋能，完善产业生态；四要立德树人才，打造人才梯队。

孙瑞哲最后表示，相信在新一届理事会的带领下，在全体会员同心同德的努力下，学会工作必将别开生面，再创辉煌。

中国纺织工程学会第二十七届理事会第一次常务理事会议随后召开，审议了关于2025中国纺织工程学会会士建议人选的议案、关于2025年中国纺织工程学会科学技术奖5个子奖项建议授奖人选的议案等12项审议事项。与会代表围绕分支机构发展、第二十七届理事会工作期望等方面对学会下一步的工作进行了交流。 



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL CITY GROUP

联合市场

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



洞察时尚密码

从中国国际时装周看行业趋势与变革

时装周不仅是创意的竞技场，更是商业的加速器。

秀场到卖场： 即刻光芒“种草”即时销量

■ 本刊记者_罗欣桐

秋意盎然的北京，2025 中国国际时装周(秋季)圆满落幕。本季时装周交出了一份亮眼的成绩单，不仅呈现了一场场视觉盛宴，更成为商业势能的集中爆发。

在“重商贸、促消费”的明确导向下，中国国际时装周主办方通过精准的渠道布局和创新消费场景，不仅将秀场的即刻光芒转化“种草”为货架的即时销量，更将时装周进阶打造成“社交内容引擎”，在多平台同步引爆流量与成交。



即秀即买： 新趋势与新品牌的“超车”契机

灯光渐暗，鼓点响起，浣纱舞者演绎香云纱的古法制作。下一秒，模特登台谢幕，手机画面从 T 台无缝切换至淘宝直播间——一场大秀落幕，另一场时尚消费浪潮已然开启。这种从秀场到卖场的流畅转换，在本季中国国际时装周中展现得愈发成熟。

这一切，得益于主办方持续推进与电商平台的深度融合。

例如，中国国际时装周首次联手淘宝服饰推出“超级时装发布”，栖霞锦、一抹微蓝、ACDY 三个品牌通过“秀场发布+直播带货”模式，三场直播均超额达成目标，总成交额突破 2200 万元，实现了新品热销与品牌升级的双重突破。活动虽已结束，品牌效应仍在持续扩散，商家反馈积极。

值得注意的是，参与直播发布的三个品牌中，有两个来自小众赛道——香云纱服饰。这个传承超过 1700 年的品类，长期面临“有品类无品牌”的困境。而通过本次合作，品牌不仅提升了调性、刷新了销售纪录，更推动新趋势赛道与超级新品牌的孵化，这正是中国国际时装周与淘宝携手的重要意义。

以入驻淘宝仅两年的“栖霞锦”为例，本次不仅吸引近百万人次直播间观看，销售额再创新高，客单价达 1.35 万元，老客复购率更高达 92%——品牌在从网店到品牌的升级道路上全速前进。

淘宝服饰拥有亿级消费流量池，多年来沉淀了大量对原创设计与个性化表达具有高忠诚度的消费者，这也成为设计师品牌在平台上成功的关键因素之一。

淘宝服饰营销负责人灵飒表示，不少原创品牌通过“超级时装发布”实现影响力破圈，屡次创下销售纪录。依托中国国际时装周的行业影响力与电商平台的流量优势，双方在趋势洞察、设计师成长与消费数据分析等方面的深度合作，将持续推动中国时尚产业实现商业突破。

B 端与 C 端共振： 从创意到生意的完整闭环

在中国国际时装周专为品牌即秀即买打造的 DPARK 直播间，本季有多个品牌参与，MAGGIE MA、迪丝缦苓、YES BY YESIR、ELLASSAY 歌力思、IRO Night 等品牌通过多平台直播秀场+带货模式，时装周期间分别收获数百万至千万级 GMV。

线上热度不减，线下同样精彩。本季中国国际时装周继续携手华润万象商业华北大区，于太原万象城、郑州郑东万象城两大高端商业体，集结 JNBY、EXCEPTION、ELLASSAY、ERDOS1980、UMA WANG、NEXY.CO、NAERSILING、Koradior、V·GRASS 等近 30 个国内外知名品牌，呈现 8 场商场快闪秀，点燃全国消费热情。

另一大促消费亮点为时装周官方商贸展——DPARK 服装服饰 ODM 展，每季吸引超 1 万人次参观。本季展会汇聚 110 余家海内外时尚品牌、70 余家头部供应链企业、30000 余款设计，以及入选 10+3 SHOWROOM 青年设计师扶持计划的陈佳豪、黄斯赓等 19 位平均年龄 30 岁以下的新锐设计师，共同呈现全产业链“最强货源”。此外，展会还组织了 20 余场精准商贸对接会，并引入奇灯时尚创意市集，一站式覆盖从 B 端到 C 端的多元需求。

新中式配饰品牌“颂闻”深受明星艺人青睐，设计师王淞表示，时装周及展会的地理位置极具优势，“北京文化底蕴深厚，对我们这样专注于中国文化的品牌尤其具有吸引力。”意料之外的联动也成为展会的亮点之一，“服装设计师王紫菲在观展时很喜欢我们的产品，第二天就在她的发布会上使用了我们的配饰进行造型搭配，未来我们还将探索更多合作可能。”

本季展会客商专业度高，更不乏明星与行业领袖。“非常惊喜，很多外国友人表达了对我们作品的喜爱，”京司坊品牌创始人雷傲兴奋地分享，“哥伦比亚大使在论坛结束后特地来到展位，对我们采用 3D 打印技术的新中式服装表现出浓厚兴趣。”

品牌“椿乃”的展位负责人则表示，“我们的风格多元，运营的几个小众品牌如朋克、二次元风格的连衣裙非常畅销，甚至有年轻消费者购买作为婚纱。”小众反而更精准，“开展首日就有南方供应链厂商前来洽谈设计合作。”

在奇灯时尚创意市集，配饰品牌“气初”吸引了众多观众驻足。毕业于中央美术学院的设计师表示，首次参与 DPARK 这类展会，能清晰感受到观众审美与需求的高度针对性，品牌独特的法绣手作饰品收获了不少知音。

这些流动于展会各处的商机，印证了设计师品牌与供应链企业之间“双向奔赴”的迫切需求，也彰显了 DPARK 展作为高效商贸平台的核心价值。

展会的成功离不开组委会的周密筹备。展前基于往季数据与观众画像，系统邀请高质量专业观众，并通过社交媒体扩大辐射范围；现场则承接 2025 中国国际时尚论坛的高端观众资源。通过精细化分类与全流程服务，显著提升了买家到场比例与对接效率，为展商带来切实商机。



平台赋能： 产品力+带货力=品牌竞争力

在全球时装周持续转型的背景下，中国国际时装周已从单纯的服饰展示，进阶为引爆流量、提振消费、推动商业的关键引擎。越来越多品牌在中国国际时装周尝试“即秀即买”模式，将最新设计在秀后立即推向市场，打破传统时尚周期，有效激发消费者的即时购买欲，提升时尚消费的满足感。随着时装周“搭台”赋能角色的深化，这一时尚商业趋势将愈发强劲。

在这个秋天，中国国际时装周用实力证明：最好的设计，是能被市场认可的设计；最成功的秀，是能推动消费的秀。凭借鲜明的商业导向与突出的促消费成果，它成功诠释了当代时装周的双重角色——不仅是创意的竞技场，更是商业的加速器。TA

创新领航，绿色筑基

豪欣纺织开辟差异化发展新路

■ 本刊记者 _ 边吉洁



浙江豪欣纺织有限公司董事长陆国泉

在浙江兰溪这块被誉为“小上海”的工业热土上，纺织业如血脉般深植于城市肌理。上千家纺织企业、数万台织机日夜运转，共同撑起“纺织大市”的产业脊梁。在这片竞争白热化的“红海”中，浙江豪欣纺织有限公司（以下简称“豪欣纺织”）以创新为引擎、绿色为底色，走出一条差异化的发展新路。

作为企业掌舵人，董事长陆国泉对行业有着清醒而前瞻的认知。“纺织虽是传统产业，却从不缺焕发新生的可能。唯有转变观念、激活创新，企业 with 产品才能持续迸发生命力。”在他看来，创新与绿色不是选择题，而是生存与发展的必答题。

差异化创新，锻造核心竞争力

豪欣纺织成立于 2009 年，历经十余年发展，已成长为一家具研发、生产、销售与服务于一体的国际化纺织企业。公司配备 200 台先进的必佳乐喷气织机及一流的配套设施，形成高产能、低能耗、绿色环保的综合优势。在传统全棉、棉弹、棉涤弹面料基础上，豪欣纺织积极运用莱赛尔、天然麻、醋酸、雅赛尔等新型纤维，通过混纺与交织的工艺组合，不断拓展产品边界。

“我们尤为擅长长丝与短纤的创新结合，通过灵活调整工艺与配比，打造出风格独特面料，精准契合高端女装与商务休闲品牌的多样化需求。”陆国泉介绍道，“我们的产品创新建立在对纤维特性的系统研究之上。哪种纤维与另一种结合会产生何种效果，何种混纺比例能达成理想质感，做到心中有数，因此我们的产品开发成功率非常高。”

与此同时，豪欣纺织坚持以客户需求为导向推进产品创新，与众多服装品牌建立起深度协同的合作关系。这种紧密的互动机制，使其能够迅速捕捉市场动向，高效开发出符合品牌高标准要求的产品，持续赢得客户的认可与信赖。

为了将创新系统化、精准化，豪欣纺织建立了产品数据库，将每一次研发的纤维组合、工艺参数、成品效果等数据悉数归档，并通过 ERP 系统实现高效管理，陆国泉表示，“这让我们能快速调用历史数据，避免重复试错，也为持续优化提供了依据。”这种数据驱动的模式，使得豪欣能够实现每月都有新产品的快速迭代能力，始终敏锐地捕捉并引领市场潮流。

打造绿色工厂，抢占可持续赛道

当全球时尚产业将“可持续”作为核心议题时，绿色制造已从可选项变为必选项。豪欣纺织敏锐地把握这一趋势，将环保理念深度植入企业运营的每一个环节。2023 年，豪欣纺织凭借自主

研发的“再生涤环保粘胶面料”，荣获兰溪市首张绿色产品认证证书，成为区域纺织业绿色转型的标杆。

为满足全球品牌商对供应链透明化的严苛要求，豪欣积极推动可追溯体系建设，已先后通过 GRS、BCI 有机棉可追溯等认证，为客户提供经得起验证的环保承诺。同时，豪欣纺织正在全力打造绿色环保工厂，从生产源头的节能设备，到末端的资源循环利用，以工艺优化和技术创新持续降低碳排放，全方位践行环保理念。

在陆国泉看来，绿色转型并非成本负担，而是未来竞争的关键筹码。“环保投入短期看似增加成本，长期却为企业赢得国际市场的通行证和消费者的信任票，并为公司带来与高端品牌合作的机遇和更可持续的经济收益。”

凝聚专业团队，夯实发展内核

当今商业浪潮汹涌，企业竞争激烈如百舸争流，若想乘风破浪、行稳致远，专业团队的力量无疑是企业发展的定海神针，是企业破局突围的核心密码。

“再先进的设备，最终要靠人来落地。面料生产是系统工程，任何环节的疏漏都可能影响最终产品品质。”陆国泉深知，从原料采购到成品包装，面料生产各环节紧密相连，基于此，豪欣纺织将人才培养视为企业发展的核心动力，致力于打造一支高素质、专业化、稳定的复合型团队。

作为拥有 30 余年行业经验的资深管理者，陆国泉不仅熟悉生产的每一个环节，更注重激发团队的主动性与创造力。他既把握方向、做好顶层设计，也充分授权，鼓励团队发挥潜能。在他的推动下，企业内部形成信息直达、沟通高效的协作机制，为生产流程的顺畅与高效提供了有力保障。

在研发层面，豪欣纺织逐步构建起独特的“容错创新”机制。陆国泉常对团队说：“要勇于尝试，出错才会有对的机会。”这种鼓励大胆试错的氛围，使得问题往往在研发打样阶段就被发现和解决，既避免了批量生产时的重大损失，也显著提升了产品的成熟度与创新效率。更重要的是，豪欣纺织通过有效管理和独特企业文化，将“精研产品、严控品质、优化服务”的务实理念贯穿于每位员工的日常行动中，形成了强大的执行力与向心力。正是这种自上而下的专注，使豪欣纺织在客户中建立起“靠谱供应商”的口碑，并为企业的长远发展奠定坚实基础。

当科技融入匠心，一块面料亦能成为艺术品；当绿色遇见智慧，传统产业便可焕发新生。未来，豪欣纺织将继续秉持创新驱动发展战略，持续加大在产品研发、绿色生产等关键领域的投入力度，全方位推进工厂环境优化升级，不断提升产品技术含量、工艺设备先进性以及能效环保水平，坚定不移地沿着高端化、智能化、绿色化的道路奋勇前行。TA



豪欣纺织不断拓展产品边界。

从“移动更衣间”到“随身空调”， 罗曼罗兰将专业防护融入生活化场景

10 月 16—19 日，盛泽纺博会暨时尚周期间，苏州罗曼罗兰运动用品有限公司亮相展会“户外用品特色展区”，展示了专为水上生活设计的“智慧斗篷”、运动毛巾、冷感毛巾、运动护具等多款融合科技、环保的创新产品，引发广泛关注。

传统斗篷重达数公斤，罗曼罗兰则以 98 克的极致轻盈重新定义水上防护法则——收纳时隐于无形，展开时遮风蔽雨。“智慧斗篷”采用 0.01 毫米级环保超细纤维，打造水上生活的终极解决方案，掀起了一场轻盈守护的革命。公司总经理张春明介绍，这款专为水上生活设计的“智慧斗篷”具有三大特点，一是瞬间干爽，纤维结构精密如蜂巢，能快速蒸发水分；二是极致轻盈，折叠后仅手掌大小，随身无感；三是环保先行，坚持使用可循环再生材料，从源头减少环境足迹。

此外，罗曼罗兰“智慧斗篷”通过“抗菌—防晒—防污”三重核心科技，将专业防护融入游泳馆、海滩、游艇三大生活化场景。游泳馆里健康抗菌守护，斗篷内置的抗菌层能有效抑制更衣室环境中的细菌，构筑起一个干净贴身

的“移动更衣间”；海滩上全面防晒守护，斗篷化身“随身防晒盾”，UPF50+ 的顶级紫外线阻隔能力，有效防止皮肤晒伤晒黑，同时结合反光设计，将防晒保护从“涂抹”升级为“穿戴”；游艇场景无忧防污守护，斗篷的纳米级防污表层让红酒等液体污渍难以附着，只需轻轻一抖一拭即可恢复洁净。

针对现代运动人群的多元化需求，罗曼罗兰推出了以冷感毛巾为代表的创新产品系列。冷感毛巾采用特殊工艺处理，遇水后能瞬间激活冷却因子，带来持久清凉体感，尤其适合夏季运动、马拉松训练或户外探险场景。张春明表示，该毛巾无需冷藏，只需清水浸润，即可享受即时降温效果，帮助身体快速调节体温，预防中暑与疲劳。“冷感毛巾设计轻薄便携，无论是身处健身房、登山径还是海滨沙滩，它都能随时展开，成为消费者的‘移动空调’，提供即时清凉体验。”张春明介绍道。

此外，罗曼罗兰始终将环保理念贯穿产品生命周期。从原料选择到生产流程，都严格遵循可持续发展原则。超细纤维材料可多次循环使用，产品设计也注重耐用性与可降解性，并



罗曼罗兰专业防护面料。

通过优化能源消耗与废水处理系统，实现清洁生产，让每一款产品都承载对自然的敬意。

罗曼罗兰多元产品创新的背后离不开强大的供应链支持，公司拥有从纺纱、织造、染色、印花到缝制包装的完整产业链，能够灵活响应客户需求，不仅提供多种现成面料和成品，也支持客户定制化生产，为客户提供高品质的产品和服务。未来，罗曼罗兰将继续聚焦“科技+环保”双轮驱动，深化在户外运动与水上用品领域的产品布局，使罗曼罗兰的守护之力覆盖更广泛的运动场景。(陶红) TA

CTME

ufi Approved International Event

中国绍兴柯桥 国际纺博会
CHINA WUXINGHUO KAOQIAO
International Textile Expo

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2108-6 | 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 | 0575-85269586

广告

扫码关注展会

SOMEXPO
绍兴三博会展

再创新高性能科技羽绒服新标杆

波司登叠变新品全新上市

■ 陈墨 / 文

在气候变化驱动服饰消费变革、生活方式重塑穿搭需求的双重背景下，羽绒服品类正经历从“冬季刚需保暖品”到“科技与时尚单品”的价值重构。眼下正值秋冬服饰上新的关键节点，波司登再度掀起羽绒行业革新浪潮。

近日，波司登以“气温多变穿波司登叠变”为主题举办新品发布会，正式宣告 2025 波司登叠变三合一冲锋衣羽绒全新上市，以全球首发的高科技面料与国际前沿的机能美学设计，再一次书写传奇，让全世界看到中国服装创新的力量。

一件“叠变”三合一冲锋衣羽绒，掌握 0℃—20℃温差，一衣三穿，覆盖三季。它通过模块化和灵活的穿搭方式，为不同气候、不同场景和不同生活节奏提供了解决方案，去年首次推出就大受欢迎。

2025 波司登叠变三合一冲锋衣羽绒全新升级，在一衣三穿的基础上，面料、设计、保温科技上，都实现重大的创新突破。波司登凭借与戈尔公司联合开发的顶级科技面料、与“机能教父”再度联名的人体工学机能风设计，以及创新自研的温控科技科技，完成了从产品内核到用户体验的全维度进阶，推动高性能羽绒服迈入“羽绒+科技+设计”的新高度。

创新叠变，以变化回应变化

波司登叠变系列新品发布会现场，波司登创始人、波司登集团董事长兼兼总裁高德康，戈尔公司产品研发及技术总监 Jacy Li，“机能教父”Errolson Hugh 等重磅嘉宾亮相，以行业标杆级阵容，重磅开启波司登叠变系列的全新篇章。

在发布会现场，Jacy Li 从专业视角揭秘新款 GORE—TEX 黑标面料的专业性能。波司登此次全球首发的“弹力版本”，在保障防风防水和透气性能的同时，进一步提升了三合一冲锋衣羽绒的灵活度与适配性。这意味着消费者不再需要在防护与舒适之间二选一，而是真正实现全天候、全场景的平衡。

此外,Jacy Li 通过“弹力、防风、防水”三项实验直观展现面料的科技力。如面料弹力测试中，模拟极端场景的弹弓冲击后，面料将弹珠快速反弹并恢复原状。真实测试印证了“全新 GORE—TEX 黑标弹力防水面料”的弹性，不只能提供专业防护，更能为用户提供更舒适的穿着体感。波司登和戈尔公司的此次合作，真正实现了“1+1>2”的多赢效能。

一件征服未来的巅峰之作，既需要面料科技的硬核防护，也需要美学设计的灵魂注入。波司登再度携手 Errolson Hugh，将领先的科技实力与国际时尚设计的机能美学融合，推出“叠变三合一冲锋衣羽绒”，共同开启“重新定义羽绒服”的变革。

被誉为“机能美学”代表人物的 Errolson Hugh，自从事服装行业以来，他的设计始终在追问同一个问题：衣服，究竟如何帮助人类更自由地行动？而答案，正藏于叠变系列里。

此次联名新品的设计，有三大创新突破，波司登与 Errolson Hugh 以人体舒适力学为基础，打造 Vertex Fitblock 3D 立体剪裁、创新“波浪结构”立体空间及双拉链版型结构，在防护的基础上保证弹力舒适，提供轻暖的体感和隐形的大容量活动空间，真正从穿着者需求出发，在功能与体验中达到了巧妙的平衡。

2025 全新叠变三合一冲锋衣羽绒，还有一个非常重要的行业首创设计——“动态绒仓结构”，让这件衣服的羽绒管道，可以像鱼鳃一样自由开合，通过一个胸前的小“机关”就可以轻松控制散热和保暖。胸前小“机关”拉开，后面绒腔就会展开，快速散热；“机关”关闭，绒腔就会无缝贴合，稳稳锁温保暖，轻松解决了冬天的穿衣尴尬。

无论是多变的城市街头，还是气候不定的户外旅途，叠变系列可随环境自由调节，让穿着者轻盈、自由地融入生活的每一刻，尽享“以变化回应变化”的动态体验。



跨界共生，以科技时尚创造价值

时尚与科技的跨界共生，一切都是为用户创造价值。波司登在发布会中精心打造“沉浸式用户体验环节”，现场邀请 KOL 登台上演时尚换装，解锁叠变的造型魔法；同时连线三位身处不同温度带的户外达人，用真实的场景，展示“20℃单穿冲锋衣外壳、10℃单穿内胆羽绒服，0℃组合叠穿，一衣三穿，轻松掌控 20℃温差”的强大产品特色。

温度多变，山野与城市皆是挑战。波司登以“场景叙事”拉开秀场帷幕，演绎全新叠变羽绒系列，打造身临其境的视觉盛宴。大秀以极寒雪山、秋日山野、都市生活三大创意主题为引，通过“叠穿”LOOK 应对 0℃—20℃温差挑战，带领观众探索叠变之旅。

0℃“极寒雪山”主题秀，带领观众沉浸式登顶雪山之巅，展现出 0℃下波司登的极致性能，在低温环境下，内胆外壳全套叠穿，即可不惧寒冷，锁住身体热量。

10℃“山野秋径”主题秀，展现了产品多元的场景适应性和穿搭想象力。在 10℃左右的微冷天气，穿叠变三合一羽绒，能自由选择单穿外壳或内胆，轻松应对 10℃左右环境需求，随心所欲，轻盈无负担。

最后的 20℃“都市生活”秀，将镜头拉回了城市街头，单穿内胆当轻薄羽绒服，或单穿外壳当防风夹克，轻装上阵，一衣多搭，“叠变”是都市通勤路上的全能伙伴。

以质取胜，以创新打开新局面

作为中国羽绒服专家，波司登 49 年来始终以创新为核心驱动力。既承接品牌在羽绒服科技领域的实力沉淀，又打破科技与时尚的融合壁垒，以系统化设计全面重塑产品价值，实现都市与户外的无缝切换。如今，波司登不仅构建起覆盖全场景需求的多品类产品矩阵，更交出了一份中国服装品牌“以质取胜、以创新打开新局面”的精彩答卷。

波司登的探索步履从未停歇，这不仅是一次新品的推出，更是品牌在全球时尚功能科技服饰的前瞻布局，亦是又一次，以实际行动宣告：世界羽绒服，中国波司登，引领新潮流。

始终与行业发展同频共振的波司登，早已成为中国服装品牌迈向世界舞台的中坚力量。波司登不断深化“羽绒服专家”的专业内核，更以顶尖科技与顶尖设计的双重布局，引领行业发展新范式；既夯实中国羽绒服品牌在全球市场的专业话语权，更让“中国波司登”的专业地位在世界视野下愈发闪耀。TA

2025 即墨商户·风采行

名門安琪：只做好穿又好赚的女装

秋日清晨，阳光透过即墨服装市场的玻璃幕墙，洒在“名門安琪”档口的陈列架上。名門安琪主理人邓婕正弯腰理吊牌，江苏老客户李姐笑着说：“老板，上次的西装卖疯了，这次再补 20 件！”这样的对话每天都在上演，浙江、广东、河北的买手和主播不断涌来——有人一次订十万货款，有人合作十八年，逢年过节还寄家乡特产。

人人想做品牌的年代，依托即墨服装市场，邓婕始终坚持：只做好让人赚钱的衣服。

“做批发，本质是做信任。”邓婕核对订单时轻声说。名門安琪以女装批发为核心，客户覆盖全国中小型实体店、线上小店主及直播团队。邓婕始终坚持：无论拿货一件还是上百件，都一视同仁。这份真诚换来了高忠诚度——最长合作客户从品牌初创追随至今，整整 18 年。见面先拉家常而非谈合同，节日会收到客户寄的腊肠、茶叶；疫情刚结束，许多档口冷清，名門安琪却创下单笔 25 万元订单，老客户复购率居高不下。

这背后是分工明确的专业团队：销售管理、模特拍摄、物流对接、微信客服各司其职。邓婕更是“长”在店里，手机不离手，客户咨询几乎秒回。“有次凌晨一点，江苏客户要补爆款

衬衫，我立刻联系仓库调货，第二天一早就发走。”这种“急客户之所急”的态度，让她在竞争中稳住阵脚。

不是追潮流，是算清“赚钱账”，在邓婕看来，“做服装，最怕‘跟风’，我们只做好穿、好赚的货。”名門安琪不追逐设计师光环，不迷信流量爆款，只以“能不能卖得动”为唯一标准。为此，她建立严格的“四重筛选机制”：面料是否舒适耐穿？版型是否百搭实穿？细节是否经得起细看？上市后能否快速回款？更关键的是“差异化组货”策略。她每年去上海、广州时装周看趋势，回来按区域偏好配货，同时，她直连工厂控品质，一件西装反复扣版五六次才定型；还与独立设计师合作原创款，确保“人无我有”。

依托即墨完整产业链与高效物流，实现“当天下单，最快次日发货”。不少客户反馈：“你们的货，上架三天就断码，根本不用打折。”于是也形成良性循环：订货→卖爆→补货→再爆。这不是运气，而是精心设计的“可复制盈利模型”。

近几年邓婕带领团队开通抖音、小红书账号，不仅节省客户看货时间，该品牌也触达了更多客户。上周，一位浙江主播当场签下 10 万元订单。这份“流量主动找过来”的底气，离



不开即墨服装市场的持续焕新。作为市场主办方，即墨区市场建设服务中心始终立足传统产业根基，围绕提人气、促消费、树形象，推进特色街区打造、升级改造与商业氛围营造。2024 年，一系列升级改造让配套更齐全，不仅留住了老商户，还吸引来大批年轻买手和新兴主播。

“以前靠老带新，圈子窄；现在市场有活力，流量自己来。”但邓婕最在意的始终是“客户拿了我的货，能不能赚到钱？”一如她的口号：“名門安琪，只做好穿又好赚的女装货盘。”

(云娟娟)

丽巴莎：听懂女人的每一“步”需求



选品精准；公开平台退货率仅 20%，彰显品质过硬。烟台加盟商坦言，“别的品牌压货，丽巴莎带卖货，更懂帮小店活下去。”

丽巴莎的逆势增长，既是自身深耕的结果，更离不开即墨服装市场的整体蜕变。作为主办方，即墨区市场建设服务中心立足传统产业根基，持续推进特色街区构建、市场升级改造与商业氛围培育。2024 年市场新增鞋类经营区，成功构建“服装+鞋类+箱包”协同发展的多元业态，人流显著提升。

“市场势头越好，我们越不敢松懈，近 30 年始终在创新路上。”张爱华坦言。面对 Z 世代崛起与消费分层加剧，品牌主动调整策略：从单一“正装女鞋”拓展至休闲鞋、板鞋、靴子的多元矩阵；每季深度参与甚至主导原创设计，手握部分款式独家版权；同等品质下，价格比商场同类低 30%—50%，精准契合“高性价比+高颜值”的消费需求。

秉持“线下是根，线上是风”的理念，丽巴莎未来将继续以实体为核心，同时借线上渠道做品牌曝光与流量导入——读懂女性消费者的需求，为她们打造能“走得更远”的鞋履。TA

(云娟娟)

去年推出的“云感系列”高跟鞋复购率达 65%，成爆款首选。

丽巴莎合作门店遍及山东、河北、河南、江苏等地，靠的不仅是好产品，更是“共赢”服务体系。每季推“0 利润引流款”，低价不亏本，只为引客进店带动高毛利产品销售。

“客户赚钱，才会长期合作。”这套逻辑形成稳定循环：批发端提供稳定货盘、快速补货与搭配建议；零售端用会员积分+抖音团购券锁客；线上线下联动，通过抖音引流、线下试穿、微信私域成交，成交率达 98%。

更难得的是，其私域几乎“零退货”，印证

秋市营销环比推升 价格指数环比上涨

20251020 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20251020 期纺织品价格指数收报于 105.26 点，环比上涨 0.27%，较年初上涨 0.70%，同比上涨 0.76%。



中国轻纺城秋市营销环比推升，其中：原料市场价量环比上涨，坯布市场价量环比推升，服装面料市场布匹价量环比微跌，家纺类产品成交价量环比推升，辅料类价量明显回缩。

原料行情环比上涨，涤纶环比下跌，纯棉纱稳涨互现

据监测，本期原料价格指数收报于 85.93 点，环比上涨 0.89%，较年初上涨 6.64%，同比上涨 5.08%。

聚酯原料震荡回缩，涤纶价格环比下跌。本期涤纶原料价格指数收报于 72.18 点，环比下跌 2.45%。近期华东地区 PTA 现货主流 4325 元/吨，环比下跌 209 元/吨；MEG 主流 4122 元/吨，环比下跌 173 元/吨；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5525 元/吨，环比下跌 240 元/吨；无光切片现金或三月承兑 5495 元/吨，环比下跌 240 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比下降，价格环比下跌，POY 报价 6550 元/吨，环比下跌 75 元/吨；FDY 报价 6700 元/吨，环比下跌 50 元/吨；DTY 报价 7750 元/吨，环比下跌 50 元/吨。萧绍地区涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6295 元/吨，环比下跌 116.52 元/吨。上游聚酯原料价格震荡回缩，下游需求环比下降，聚酯工厂涤纶长丝价格环比下跌，涤纶短纤市场价格环比回缩，常规品种和新款品种成交量环比下降。

纯棉纱价格稳涨互现，市场成交明显回升。近期，纯棉纱收报于 106.30 点，环比上涨 2.30%。萧绍地区纯棉纱市场成交明显回升，价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16420 元/吨，环比上涨 20 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 21400 元/吨，环比上涨 335 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升，纯棉纱市场交投环比增加，纺企反映走货逐日回升，连日成交环比上涨。

坯布行情环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 115.56 点，环比上涨 0.45%，较年初下跌 3.07%，同比下跌 1.96%。

近期，坯布市场营销环比推升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比推升，坯布价量环比上涨。其中：混纺纤维坯布收报于 122.25 点，环比上涨 3.64%，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比上涨。天然纤维坯布收报于 176.62 点，环比上涨 0.29%，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比上涨。

服装面料略显回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 110.95 点，环比下跌 0.01%，较年初下跌 4.91%，同比下跌 4.41%。

近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售略显回缩，秋季面料下单略显回缩，初冬季面料下单环比回缩，对口客商入市认购略显不足，服装面料价格指数环比微跌。其中：纯棉面料、毛及其混纺面料、涤纶面料类成交量不等量下跌。

特色分类指数中：茄克衫面料指数收报于 119.87 点，环比下跌 1.65%；牛仔服面料指数收报于 104.39 点，环比下跌 2.52%；棉服面料指数收报于 121.09 点，环比下跌 1.25%；染色工艺面料指数收报于 116.22 点，环比下跌 0.91%；印花工艺面料指数收报于 117.75 点，环比下跌 0.12%；吸湿性面料指数收报于 120.46 点，环比下跌 1.29%；速干性面料指数收报于 122.57 点，环比下跌 0.20%。

家纺市场环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.08 点，环比上涨 0.25%，较年初下跌 0.77%，同比下跌 1.16%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，家纺市场行情环比推升，整体市场价格环比上涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比推升，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 102.09 点，环比上涨 0.13%；其他家纺类收报于 94.70 点，环比上涨 0.18%；窗纱类收报于 101.32 点，环比上涨 0.58%。

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 111.87 点，环比下跌 1.28%，较年初下跌 14.63%，同比下跌 14.31%。

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：花边收报于 175.57 点，环比下跌 0.11%；打孔圈收报于 101.05 点，环比下跌 1.95%；挂球和挂钩收报于 99.12 点，环比下跌 8.79%；窗帘轨道收报于 95.67 点，环比下跌 1.84%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。后市纺织市场走货速度将有所加快，秋冬加厚型面料走货势头依然良好，织造市场价格环比上涨，市场信心将继续恢复。十月份是下半年畅销的阶段，纺织企业积极备战“银十”，一年一次的“双11”已为期不远，后市纺织市场将继续忙碌。针织订单整体开机率良好，梭织防寒休闲面料、羽绒面料、家纺面料等面料需求将局部放量。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



RESONANCE

KEQIAO
FASHION WEEK

回响

NOV. 2025
~
11.05-11.12



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
— HUMAN CHINA

11.17