

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 2025.11.03 | 第40期 | 总第1240期

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

国际
竞争
台

INTERNATIONAL
CO-OPETITION

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



中国轻纺城集团
CHINA LIGHT & TEXTILE INDUSTRIAL 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

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 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:北京市东城区东四西大街46号院(100711)

定价: 每期人民币12元

日本合作媒体:纤维News

印度合作媒体:Inside Fashion

欧洲合作媒体:Textile

台湾地区合作媒体:

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*

“纺织之光·爱益行”携手青山百世走进新疆、青海
荣膺“最佳股东回报上市公司”，波司登资本市场价值获认可

08

关注 *Attention*

2025 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会（新加坡）举办

10

特别报道 *Special*

印染 × 化学品：以“减碳增智”改写产业基因



12

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

“柯桥时刻”即将开启，为全球纺织搭建“共赢桥”！
2025 柯桥秋季国际纺博会 11 月启幕
轻纺数字贸易港跨境电商创新中心正式发布

16

长丝织造 *Industry*

探寻新范式，谋划新路径

18

化纤 *Industry*

与时俱进，“衣”然可期！

19

市场 *Market*

“麻”力全开，中国轻纺城联合市场打造麻类面料新高地

20

时尚 *Fashion*

设计、科技与模式重构：中国国际时装周创新三重奏

22

一线 *Frontline*

三方七合：从明星定制到都市衣橱
咏琪童装：“外贸品质 + 批发价格”圈粉无数

23

观察 *Observation*

纺织科技赋能大健康
时装品牌发布场景的构建逻辑

26

指数 *Index*

市场营销微势推升 价格指数环比微涨



刘 萍
《纺织服装周刊》总编辑

DRAW A BLUEPRINT
继往开来绘蓝图

10 月 18 日，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；与此同时，一批批“近零碳排放”的智能生态工厂、国家级智能制造示范工厂、国家级绿色工厂……在中国纺织业不断涌现。行业企业坚持新老并举、实数融合，正锚定高端化智能化绿色化方向，全面推进传统产业转型升级。

“十四五”以来，以先进制造业为骨干的现代化产业体系加快构建，新型工业化迈出新的坚实步伐，制造强国建设取得新进展。我国全年全部工业增加值由 2020 年的 31.3 万亿元增长至 2024 年的 40.5 万亿元，制造业总体规模连续 15 年保持世界第一。作为唯一拥有联合国产业分类中全部工业门类的国家，我国在 500 种主要工业产品中，四成以上产品产量位居全球第一。中国制造包括纺织业所彰显出的坚实底气、创新动能、澎湃活力，为推进中国式现代化提供有力支撑。

今年是决胜“十四五”、布局“十五五”的关键之年。不久前，党的二十届四中全会审议通过了《中共中央关于制定国民经济和社会发展第十五个五年规划的建议》，明确了未来五年中国经济社会发展的蓝图。

在介绍和解读四中全会精神的新闻发布会上，国家发改委主任郑栅洁表示，中国经济靠实体经济起家，也要靠实体经济走向未来。《建议》明确把“建设现代化产业体系，巩固壮大实体经济根基”摆在战略任务的第一条，部署了 4 方面重点任务，可以从“固本升级、创新育新、扩容提质、强基增效”这 4 个方面来把握。

固本升级，就是要优化提升传统产业。传统产业是当前我国产业体系的“基本盘”，增加值在制造业中占比 80% 左右。《建议》提出推动重点产业提质升级，巩固提升矿业、化工、纺织等产业在全球产业分工中的地位和竞争力，发展先进制造业集群等举措。郑栅洁表示，这将加快推动传统产业质的有效提升和量的合理增长。

此外，创新育新，就是要培育壮大新兴产业和未来产业；扩容提质，就是要促进服务业优质高效发展；强基增效，就是要构建现代化基础设施体系。这都与支持先进制造业发展紧密相连。

“建设强大国内市场，加快构建新发展格局”位列战略任务第三条。《建议》提出坚持扩大内需这个战略基点，坚持惠民生和促消费、投资于物和投资于人紧密结合，深入实施提振消费专项行动，扩大服务消费，推动商品消费扩容升级等。

应该看到，大国经济都是内需为主导，市场是当今世界最稀缺的资源，强大国内市场是中国式现代化的战略依托。纺织业更要把握好“拓展增量、提升效益、畅通循环”这三个关键，发展体育经济、银发经济，引领国风潮、大健康，建设美好生活、美丽中国。

此刻，蓝图已经绘就，耳边战鼓催征。中国纺织人，必将创造新的辉煌！

View point / 产经看点

1 月至 9 月，全国规模以上工业企业实现利润总额 53732 亿元，同比增长 3.2%，较 1 月至 8 月加快 2.3 个百分点，呈现加快恢复态势。

——国家统计局

最新增值税发票数据显示，今年前三季度，全国企业购进研发和技术服务金额同比增长 6.1%，研发创新力度持续加大。

——国家税务总局

今年前三季度，我国电子商务持续健康发展，全国网上零售额增长 9.8%。网络零售持续激发消费活力，数字产品、线上服务、即时电商成为亮点，产业电商促进产业数智化转型。

——商务部

2025 年三季度末，获得贷款支持的科技型中小企业 27.54 万家，获贷率为 50.3%，比去年同期高 2.8 个百分点。

——中国人民银行



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

助力乡村全面振兴， “纺织之光·爱益行”携手青山百世走进新疆、青海

经纬织锦绣，公益暖人心。近日，北京青山百世服装集团有限公司参与纺织之光科技教育基金会发起的“纺织之光·爱益行”，精准对接纺织企业的爱心与乡村振兴的需求，用纤维织就了一条连接城市与乡村、企业与群众的爱心纽带，为偏远地区的乡村振兴之路增添了一抹温暖的“纺织”色彩。

截至目前，“纺织之光·爱益行”青山百世温暖新疆、青海行动已通过乌鲁木齐铁路局驻村工作队、青海民族大学，陆续将爱心物资送达新疆和田地区，以及青海民族大学、青海省海东市民和县甘沟乡定点帮扶村，向当地困难群众、村民、护林护路一线岗位工作人员、村基层工作人员等进行了发放。

从北京青山百世服装集团的生产车间，到和田县罕艾日克镇的乡村小路，一箱箱装着成人长袖衬衫与T恤衫的爱心包裹，贴有“纺织之光·爱益行”暖心标签，在纺织之光科技教育基金会的组织下，顺着中国铁路乌鲁木齐集团公司工会协调的专线，运送至位于沙漠边缘的和田县罕艾日克镇罕艾日克村、拉依喀村，拉依喀乡库木艾日克村、达奎村、巴什拉依喀村五个行政村，共为1124名基层群众发放了长袖衬衫和T恤。

活动现场，志愿者将衣物分类整理，按名单逐一发放到村民手中。拿到新衣物的村民们笑容满面，纷纷表达感激。当地居民感受到了温暖，认为本次公益活动切实解决了他们的实际需求。罕艾日克村返乡大学生麦麦提江·阿卜杜热合曼接过一件设计简约大方的T恤，高兴地说，“我准备在家乡找实习工作，这件衣服穿去面试既精神又得体，太及时了！”达奎村当地群众托合提汗·麦麦提领到衣物后，在签领表上认真写下名字，反复说着“热合买特（谢谢）”，眼里满是感激。

从北京到青海，超越1500公里的距离，不是爱心的边界，而是温暖跨越高原的桥梁。“纺织之光·爱益行”活动走进了青海民族大学、青海省海东市民和县甘沟乡定点帮扶村——静宁村、前进村、东山村，定点发放了由北京青山百世服装集团有限公司捐赠的1005件服装。考虑到青海部分地区海拔高、冬季漫长的气候特点，本次“纺织之光·爱益行”发放的物资包含休闲便装与毛衫，精准覆盖到青海民族大学及乡村振兴定点帮扶点生活困难群众及学校生活困难学生、贫困教职工等近千名。

前三季度出口 2217 亿美元，纺织品服装分化加剧

根据海关总署统计快讯，今年前9个月，全国纺织品服装出口额为2216.9亿美元，同比下降0.3%。纺织品与服装出口表现分化态势加剧。其中，前三季度我国纺织品出口额为1064.8亿美元，同比增长2.1%，增幅较上半年扩大0.3个百分点；服装出口额为1152.1亿美元，同比减少2.5%，在当前复杂外贸形势下，服装出口压力加大。

以人民币计，1—9月我国纺织品服装出口1.6万亿元，同比增长0.6%，其中纺织品出口7641.5亿元，同比增长3%；服装出口8268.5亿元，同比减少1.6%。

今年以来，面对全球贸易环境的高度不确定性，我国纺织企业积极推动市场结构优化，持续拓展亚洲、欧洲及“全球南方”等新兴市场，逐步构建更具韧性与多元化的全球市场布局。1—8月，纺织行业对全球近七成国家和地区实现出口正增长，其中对欧盟、英国、日本、柬埔寨、尼日利亚等市场表现良好，有效对冲了美国市场份额下滑带来的影响，



“纺织之光·爱益行”活动让远在千里之外的人们感受到来自纺织企业的关怀。

值得一提的是，“纺织之光·爱益行”活动的意义不仅仅在于物质上的帮助，更在于传递了人与人之间的关爱和温暖，让远在千里之外的人们感受到来自纺织企业的关怀，将温暖传递到更多需要帮助的地方。

纺织之光科技教育基金会在坚持以促进纺织行业科技进步和培养人才为工作重点的同时，作为纺织服装行业慈善组织，自2017年起响应国家号召，在中国纺织工业联合会的指导下，发起“纺织之光·爱益行”行动，倡导更多有爱心的纺织人为重点帮扶地区、遭受自然灾害地区的群众献爱心、送温暖，践行纺织人的社会责任。“纺织之光·爱益行”行动自开展以来，得到了行业组织及企业的慷慨支持，在全国多个乡村振兴重点帮扶地区开展了一系列公益活动。

北京青山百世服装集团有限公司成立于2001年，是一家设计、生产和销售一体化的高端服装企业，多年来，该公司秉承兢兢业业服务客户的态度，通过严谨的前瞻规划，领先前沿趋势的设计，高规格的产品质量，很好地满足了广大客户的需求。旗下有DANGEDIYA(丹戈迪亚)、DANFURUI(丹弗瑞)男装品牌及MISSSHIRLY(麦莎蒂)女装品牌，店铺遍及全国各大高端商圈。经过二十余年的飞速发展，已成为中国市场颇具代表性和知名度的服装品牌之一。（李亚静）

为行业整体平稳运行提供有力支撑。

从9月单月数据来看，全国纺织品服装出口额为244.2亿美元，同比下降1.4%，呈现结构性分化态势。其中，纺织品出口表现稳健，出口额达119.7亿美元，同比增长6.4%，达到历史同期较高水平，反映出我国纺织产业链上游的较强发展韧性。相比之下，服装出口仍面临下行压力，当月出口额为124.5亿美元，同比下降8%，主要受部分市场需求疲弱及美国关税政策扰动影响。

展望四季度，预计我国纺织品服装出口将延续波动放缓态势。建议企业进一步加强对国际形势与主要市场需求的前瞻性研判，提升风险预警能力与供应链弹性。在积极拓展多元化国际市场的同时，也应把握国内消费升级机遇，加快产品结构优化与渠道效率提升，增强内外市场协同能力，系统构建在不确定环境下的可持续增长路径。（联盟）

荣膺“最佳股东回报上市公司”， 波司登资本市场价值获认可

近日，“新格局新路径——凤凰湾区财经论坛2025”在广州举办。在论坛期间揭晓的“2025 凤凰之星上市公司评选”中，波司登国际控股有限公司（3998.HK）凭借卓越的股东回报和可持续的商业价值创造，与中远海控、东方海外国际、工商银行、古井贡酒联袂荣膺“最佳股东回报上市公司”奖项。

本次评选由凤凰卫视、凤凰网主办，并由中国上市公司协会提供指导支持，基于市值管理、创新管理、全球化等五大维度综合评定，旨在表彰在资本市场表现卓越、为股东创造持续价值的上市公司，引导资本市场资源向价值型企业集聚，构建兼顾效率与可持续性的资本生态。这一荣誉是对波司登持续稳健的业绩增长、股东价值创造和公司治理等方面的高度认可，也是对中国品牌坚持长期主义、迈向高质量发展的有力褒奖。

在全球经贸格局深刻变革的背景下，波司登作为在香港联交所主板上市的全球羽绒服领军企业，始终致力于为股东创造长期稳定的投资回报，展现出强大的韧性与竞争力。波司登羽绒服连续30年蝉联中国市场销量冠军，规模总量全球领先，登榜世界品牌500强、全球服饰品牌价值榜50强，品牌价值达1180.58亿元。

近年来，波司登在保持主营业务稳健增长的同时，持续优化公司治理结构，强化投资者关系管理，通过稳定的分红政策和透明的信息披露，切实保障股东权益。2024/25财年，企业营收259.02亿元，同比增长

11.6%；归母净利润35.14亿元，增幅14.3%，在行业承压期实现逆势增长。其以84.1%的超高派息率，用真金白银回报股东信任，股息率在消费板块名列前茅。截至2025年9月24日，企业2024年初以来累计进行23次回购，合计回购6920.60万股，展现出公司良好的现金流状况和对未来发展的信心，更持续提升股东每股收益。

波司登融入全球可持续发展体系的创新实践，进一步增强了国际投资者对中国品牌的信心。公司对标联合国可持续发展目标和国家“双碳”战略，将ESG理念深度融入公司战略和运营，构建了可持续发展与股东价值共赢的良性循环。明确“以消费者为导向，引领可持续时尚”的ESG建设核心愿景，以及“2038年前实现运营环节净零排放”的碳目标，通过绿色制造、数字化供应链和产品创新，推动全生命周期减排行动，推进行业绿色转型和可持续发展，2024年范围三排放强度同比下降5.5%。MSCI（明晟）ESG评级跃升至行业领先的最高评级AAA级，连续入选标普全球《可持续发展年鉴（中国版）》，为投资者提供了超越财务指标的深度价值参考。

资本市场对波司登港股消费龙头的长期价值给予高度认可。公司股价近年来表现稳健，总市值屡创新高，入选恒生综合指数成分股、2025年度新财富杂志港股最佳IR，获得多家国际投行“买入”或“增持”评级。波司登以品牌力驱动增长，用行业领先的回报水平诠释了传统企业转型的价值魅力，也彰显了中国品牌在国际资本市场日益提升的影响力。（陈默）

广告

CTME

ufi

Approved
Exhibition
Event

中国绍兴柯桥
国际纺博会

China 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-B | 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

扫码关注展会

SOMEXPO

三博会展

全产业链技术破局！

2025 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会（新加坡）举办

■ 本刊记者_云娟娟

10月28日，为期四天的2025中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会（新加坡）在新加坡博览中心启幕。本届展会由中国纺织机械协会（CTMA）、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（CCPIT TEX）以及欧洲纺织机械制造商委员会（CEMATEx）共同主办。

开展首日，中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲，副会长徐迎新、梁鹏程，中国纺织机械协会会长顾平，新加坡贸工部兼国家发展部政务部长陈圣辉，欧洲纺织机械制造商委员会主席 Alex Zucchi，以及中国纺联相关部门、专业协会负责人共同出席了开幕式，并参观了本届展会。

行业领袖共话：数字化与可持续引领产业变革

“当前全球纺织业正处于深刻变革的关键期，数字化转型与绿色可持续发展已成为驱动行业高质量发展的核心引擎。”孙瑞哲表示，本届展会集中展现了自动化、人工智能、再生纤维技术等前沿成果，彰显了纺织机械向高效、智能、低碳方向加速跃迁的决心与实力。

顾平表示，近年来全球纺织产业以“机器人、人工智能、绿色可循环”为核心新技术驱动力的产业革命正在发生，亚洲纺织及纺织机械行业已然站在产业结构转型与战略调整的关键前沿。中国的纺织行业及纺织机械行业应时而变，通过“人工智能+纺织装备”有效提升了生产效率和产品质量，更推动了纺织科技在新兴产业等领域的创新与应用。纺织不只是传统的面料生产，更成为集科技、时尚、健康于一体的多元化、新活力的产业。

Alex Zucchi 表示：“在这一展会上，我们将最新的机械与数字化解决方案带到南亚、东南亚及中东等成长型市场，致力于为纺织企业搭建一个值得信赖的平台，助其获取推动运营现代化与提升长期竞争力的尖端技术，推进可持续发展。”

前沿技术云集：驱动纺织产业高效跃升

展会现场，众多展商集中展示循环利用、资源高效利用、无水处理及可再生能源融合等创新方案，展示行业最新技术成果、创新产品和行业发展趋势，助力区域纺织产业向可持续、价值驱动迈进；同时也为区域内纺织机械采购商提供了一个高效的采购平台，助力其一站式获取兼顾成本效益与可持续标准的高性能技术设备，加速企业优化运营、合规发展。

现场，“智能制造”成为高频词，多家国际知名企业携拳头产品亮相。恒天集团展台上集结了纺纱、化纤、非织造、印染后整理、纺织专件等板块的系统性解决方案，让客户综合感受到其在高效、节能、智能等方面的突破；青岛世纪海佳携其 HA—9030N 喷气织机、HW—001 喷水织机及 HJ—C31 凸轮开口装置集中亮相，呈现中国织造机械在智能化、绿色化方面的制造实力；范德威尔集团旗下品牌集中展示了包括织造、纺纱、针织、后整理和数字化解决方案领域的重大技术突破，其中萨维奥的新



与会领导合影。

一代络筒机 Proxima Smartconer® 对节能、管纱流动和人工智能驱动等功能进行了升级。

远信工业首创的 Y5088AI 智能定形机，以 AI 视觉全流程控制与工艺自优化系统开启印染定形新范式；史陶比尔 SAFIR PRO S37 自动穿经机最高运行速度可达 280 循环 / 分钟，提供了超灵活的自动穿经解决方案；日发纺机携全成型棉袜一体机与无缝内衣机参展，前者实现织袜、缝头、翻袜一次性完成，后者可一次性编织无缝单面服装；朗维（LMW）携最新型号梳棉机、并条机、细纱机、自动络筒机等环节的智能化设备惊艳亮相，共同构建基于数据应用的高效节能纺纱解决方案。

宏大智慧科技展出最新推出的全新自研产品——HVMC—25 AI 系列智能图像整纬机，采用先进的人工智能识别单元，提高响应能力及控制精度；乌斯特推出全新 Uster Fabriq Vision 2 织物检测仪，可在同套设备中测试棉纤维与合成纤维特性的 Uster AFIS 6 单纤维测试仪等重磅产品；水富纺器展示了其在特种织造领域钢筘产品的独特优势。

规模阵容强劲：覆盖全产业链多元需求

作为全球纺织机械领域的重磅盛会，本届展会聚焦“纺织技术平台、推动区域发展”，吸引了来自 30 个国家和地区的 840 余家企业参展，展览总面积超 70000 平方米，面向南亚、东南亚及中东等快速增长市场，集中展示全球纺织装备制造的最新成果与创新趋势。

此次展会按工艺类别划分为 19 大专业展区，展品涵盖纺纱、织造、针织、染整、化纤、服装及其他纺织品加工、自动化及再循环等设备与专件器材，完整覆盖纺织服装制造上下游产业链，重点呈现推动行业数字化、可持续与高效能发展的前沿解决方案。其中，后整理板块规模居首，约占总展出面积的 22%；纺纱机械区次之，占比 19%；针织、织造和印花机械区分别占比 15%、11% 与 10%。

参展商分布呈现多元化格局。其中，中国有超 300 家企业参展，参展面积约占总体展出面积的 30%，位居各国之首。中国恒天集团、日发纺机、青岛世纪海佳、远信工业、宏大智慧科技、太阳洲等各领域领军企业纷纷亮相。

欧洲纺织机械制造商委员会成员国共有 281 家展商参展，参展面积占总展出面积的 38%，其中意大利以近百家领衔，德国、瑞士紧随其后。此外，印度、土耳其等国家的企业表现活跃，主办国新加坡亦有 13 家企业积极参与。

从工艺划分来看，后整理、纺纱、针织、织造、数码印花及回收与循环经济成为最受关注的六大板块，反映出市场对高附加值加工与资源循环利用的高度关注。

值得一提的是，现场多个展区设置了动态设备演示区，让观众直观感受新技术的实际应用效果。TA



中国国际纺织机械展览会
暨 ITMA 亚洲展览会
ITMA ASIA + CITME 2026

2026.11.20-24

中国·上海·国家会展中心

www.citme.com.cn | www.itmaasia.com

商业平台 引领亚洲

中国纺织机械协会是本展会受理中国大陆地区展商报名申请的官方机构,本展会在中国大陆地区没有任何其他形式的销售代理或渠道。

北京泰格斯特国际展览展示有限公司 +86 10 5822 1177 / 8522 9831 / 8522 9646
itmaasiacitme@bjitme.com



官方网站



拥有者



中国国际贸易
促进委员会纺
织行业分会



中国纺织
机械协会



中国国际展览
中心集团有限
公司



欧洲纺织
机械制造
商委员会

主办单位



北京泰格斯特
国际展览展示
有限公司

协办单位



ITMA Services

合作协会



日本纤维
机械协会



大会直击行业热点与痛点，探寻产业链融通发展新路径。

印染 × 化学品： 以“减碳增智”改写产业基因

■ 本刊记者_董笑妍

全球经贸格局的深度“洗牌”，搅动着产业链的重构浪潮，我国纺织印染行业站在了发展的关键节点，挑战如影随形，而以“强链接”破局突围的契机也愈发突显。

为助力行业破雾前行，推动印染与纺织化学品领域深度融合、协同共进，10月13—15日，“传化·第二届中国纺织化学品创新与可持续发展大会”在广东佛山启幕。大会以“链启新质融创新态”为主题，直击行业热点与痛点，从纺织化学品政策风向，到绿色低碳印染技术突破，再到人工智能的巧妙赋能，全方位、多层次探寻产业链融通发展新路径。

协同突破，引领未来

中国纺织工业联合会副会长李陵申致辞表示，近年来，我国印染行业高质量发展扎实推进，生产能力居世界第一位，印染技术整体处于国际先进水平，形成了全球比较优势和引领能力；纺织化学品行业规模质量稳步提升，相当一部分助剂已达到国际先进水平并实现替代进口。印染与纺织化学品行业是纺织产业链供应链上的关键环节，二者相互依存、协同发展。

聚焦印染和纺织化学品产业链供应链协同发展，李陵申提出几点意见：一是注重应用研究与产业化推广，打造产创融合供应链。搭建“化学品—印染数据”共享平台，打通“配方开发—工艺验证”闭环。二是注重功能化与高附加值化，打造高端高值供应链。为印染企业提供更全面的配套染整工艺和相关技术解决方案。三是注重绿色化和可持续化，打造绿色低碳供应链。深刻把握绿色低碳供应链的内涵特征，实现经济、社会和生态效益统一。四是注重构建全球化产业体系，打造协作共赢供应链。全面增强我国纺织行业在全球价值链中的主导地位，同时行业龙头企业应积极参与国际产业规则重塑，构建起高效、稳定、安全、共赢的国际化供应链体系。

佛山市三水区委副书记、区长黄海指出，三水作为广东重要的

纺织印染产业集聚地，始终把纺织印染产业作为重点培育的特色产业，逐步形成了体系完善、链条完整的纺织产业集群和绿色循环经济体系。2025年，三水区出台并实施了纺织印染产业焕新三年行动方案，以“时尚化、高端化、品牌化、数智化、低碳化、国际化”为导向，全力推动全区纺织印染产业迈向价值链中高端。

生态环境部固体废物与化学品管理技术中心化学品管理技术部主任陈瑛解读了国内外纺织化学品管理最新政策。她表示，化学品环境管理已迈入新污染物治理阶段。为适应新形势要求，我国正不断深化系统性建设，逐步构建“筛、评、控”“禁、减、治”的环境风险管理体系。纺织印染行业应将新污染物管控纳入园区、企业管理体系建设，加强上下游企业协同联动和信息传递，开展风险识别，探索有效控制措施。

创新产品链接可持续未来

当可持续发展从一道“选择题”变为“必答题”，整个纺织印染行业正经历着发展逻辑的深刻重构。这不仅是产品技术的竞赛，更是企业理念、产业价值的全面革新。

Tanatex Chemicals 产品技术部经理 Tugce Tokat 在会上分享了两个可持续发展案例。一是环保前处理剂，该方案使客户用水量降低约40%，化学品消耗减少20%—40%，同时改善了织物品质和废水处理效果；二是研发中的无氟整理剂，这款新产品无需含氟化学品，在更低温度下即可达到优异的防水效果，并且仅用清水擦拭就能去除咖啡、红酒等污渍，性能超越传统方案。

青岛大学教授房宽峻带来“绿色低碳印染技术创新——从经验工艺到分子设计的范式转变”主题分享。近年来，房宽峻带领团队深耕染色与喷墨印花过程中的分子间相互作用机制，成功开发出活性染料无盐连续轧染、湿态高速喷墨印花两项核心技术。据介绍，这两项技术大幅降低了印染生产中的水、能源及化学品消耗，从源

头实现了生产流程的绿色化与低碳化。其中，染整过程中分子作用机制的深入研究，为开发原创性印染技术提供了新路径。

传化智联股份有限公司纺化业务副总裁、全球应用技术总工程师金泽作“基于科技创新助力纺织印染行业可持续发展”报告，公司聚焦印染全过程，成功开发了多项节能降耗关键技术：在前处理环节，创新应用低温低碱技术，显著缩短流程并减少了水耗与化学品使用；在染色环节，推出高效“染色三件套”方案，实现染色后无需水洗，大幅提升生产效率；在提升产品附加值方面，公司布局了无氟防水等复合功能整理技术，并针对数码印花、莱赛尔纤维等提供了全链路解决方案。

宁波润禾新材料科技股份有限公司研发总监杨振表示，针对印染行业节能减排需求，公司开发了系列创新技术：其涤棉专用低温精练剂将前处理温度降至60℃—80℃，实现退煮漂一步法加工；宽温退浆酶与高效除蜡剂配合，有效降低COD排放并消除布面瑕疵等。在材料创新方面，润禾推出了生物基含量达63%的无氟防水剂，并通过蓝标认证；非硅柔软剂系列采用棕榈果原料，生物基占比达65%—80%；有机硅产品专注低环体、低VOC特性，满足绿色纺织标准。

生态功能化学品、智能织物的话题近年来备受行业关注。深圳大学材料学院特聘研究员、博士生导师王元丰聚焦于纤维基智能润湿材料界面的能量与信息传递，通过材料设计和结构调控，实现了智能织物在温度调节、能源采集、水处理等多方面的创新应用。该项研究不仅推动了智能织物在人体舒适度调节领域的应用，更搭建起生态功能化学品与智能织物融合的技术桥梁，助力行业突破材料性能与场景适配的双重瓶颈。

为攻克酸性染料在尼龙纤维上湿牢度差的问题，晋江万兴隆染织实业有限公司组织资深技术人员历时两年攻关，最终大幅提升尼龙及尼氨面料的染色色牢度，且在不同织物、厚度上均验证工艺成熟。该公司总工程师张彬浩在“化学品赋能纺织面料功能创新与价值提升”报告中表示，该技术方案主要通过优选染料、突破常规染色工艺原理并优化工艺管理，实现湿牢度完全不掉色且多次洗涤也不易掉色，同时工艺环保，满足“0双酚”的严格要求。

管理与战略的双轮驱动

发展理念无疑是驱动产业升级与变革的核心力量之一。从生产流程的精细管控、生态链条的系统构建，到战略驱动的化学品管理，每一个环节都蕴含着无限的创新可能。

今年6月，盛虹集团在纺织行业内率先发布了纺织品生产全流程PFAS管控方案，实现了全流程绿色纺织品供应。会上，盛虹集团有限公司印染总工程师钱琴芳作“纺织品生产全流程PFAS管控方案”分享表示，盛虹集团从源头发力打造绿色供应链，将风险拦截在厂门之外，同时强化生产过程管理与全环节检测检验，最终成功建立起完善的PFAS管控方案体系，实现技术与管理的双重创新升级。

Archroma 印染助剂与数码印花事业部全球营销总监 Sachin Nigam 带来了“基于纺织化学品从源头到末端构建印染行



业完整生态链条”主题报告，提出以“关怀地球”理念构建纺织行业端到端可持续生态链。针对行业在水资源消耗、温室气体排放、循环经济转型和化学品管理四大领域的挑战，昂高开发了NTR生物基涂料印花系统等创新解决方案。该系统采用可再生原料，生物基含量最高达80%，实现了无甲醛配方和优异的色牢度表现，同时兼容印花、涂层和连续染色等多种工艺。

会上，SHEIN 全国产业带活动负责人 BiliChen 系统阐释了SHEIN以数字化驱动的柔性供应链模式。该模式通过“小单快反”实现精准生产，并为支撑其覆盖全球的业务，构建了全程空运的物流体系，确保7日内送达的消费体验。在供应商协同方面，SHEIN 创新推出四维合作机制——ODM、OEM、OBM及现货采买模式，并配套开发了面辅料集中采购平台。

浙江滨康印染有限公司在可持续发展上成果显著。该公司可持续发展部主管施青青介绍，公司在2024年实现了100%绿电使用，中水回用能力达3200吨/日、回用比例60%—70%。公司预计2025年碳排放较2022年降低31%，目标2040年达成全产业链净零排放。

佛山技研智联科技有限公司染整技术专家委员吴金在会上指出，当前纺织品应用亟需通过智能制造实现突破。技研智联依托三技工业和研华科技的技术背景，构建了覆盖设备智控、数字化工厂和AI大脑的三层解决方案体系。公司通过MES系统形成技术闭环，助力印染企业从传统生产模式向智能化生产转型，为行业实现真正意义上的智能制造提供了可行路径。

区域集聚，为行业发展提供平台

佛山市三水区大塘镇副镇长陈洁围绕“大塘绿色面料织就产业新未来”这一主题，重点介绍了大塘镇的产业升级方向与路径：以绿色化、集群化、智能化为核心导向，全力推动区域产业实现两大跨越——从传统“制造”向高端“智造”升级，从分散“单点发展”向联动“生态协同”转型，构建更具竞争力的产业生态。与此同时，大塘镇积极搭建产学研协同机制，加快推进产业“智改数转”，为区域高质量发展打造了可复制、可推广的绿色发展样本。

新疆巴州库尔勒经济技术开发区管委会产业发展有限公司项目经理徐玥在会上推介当地产业发展优势。该开发区作为国家级经济技术开发区，具备四方面优势：地处亚欧大陆中心区位，构建了完善的立体交通体系；拥有丰富的能源矿产资源和独特旅游资源；产业基础扎实，已形成完整的纺纱、印染、服装加工产业链；营商环境持续优化，提供高效便捷的企业服务。

会上还为中国印染行业协会广东办事处举行了揭牌仪式。中国印染行业协会副会长董淑秀，中国印染行业协会纺织化学品分会秘书长李鹏飞分别主持会议。本届大会由中国印染行业协会主办，佛山市三水区大塘总商会、佛山市三水区纺织行业协会协办，中国印染行业协会纺织化学品分会、中国印染行业协会广东办事处承办。

10月15日，与会嘉宾还前往佛山市丰泽纺织有限公司、佛山市三水大强纺织染整有限公司、佛山市佳利达环保科技股份有限公司、大塘总商会等单位进行参观。TA



2024 第七届世界布商大会现场。

“柯桥时刻”即将开启， 为全球纺织搭建“共赢桥”！

■ 本刊记者_王利

全球规模最大的纺织品集散中心、连接 200 多个国家和地区的贸易网络、成交额超 4000 亿元的市场体量——这就是绍兴柯桥，一个深深烙印在世界纺织版图上的名字。2025 年，既是“十四五”规划的收官之年，也是深入贯彻党的二十届四中全会精神、布局“十五五”规划的关键之年。在全球纺织价值链重构的时代浪潮中，绍兴柯桥又将如何以“一块布”搭建联通全球的“共赢桥”？

11 月 6—8 日，一年一度的“柯桥时刻”即将全面开启，这座东方现代化“国际纺都”将再次吸引全球目光。第八届世界布商大会将在绍兴柯桥举办，2025WGSN 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，广邀全球纺织同仁，共议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。

全球纺织产业价值链的重构，需要更多开放与合作，更多创新与担当。本届世界布商大会以“国际竞合——重构全球纺织价值链新格局”为主题，将聚焦国际供应链协作、前沿科技突破、时尚跨界引领、绿色经济发展等核心议题，致力于将国际竞争压力转化为国际合作动能，推动全球纺织价值链从单极垄断转向多中心、可持续的生态网络，在国际竞合过程中重塑全球产业新格局。

八年积淀，书写产业升级“柯桥答卷”

作为世界布商大会的永久举办地，柯桥所提供的远不止一个国际化的会议场地，更是一个全球纺织产业高效合作与交流的平台。它成功汇聚了各国精英，致力于共同构建一个更有韧性与活力的纺织命运共同体，并以卓有成效的实际行动贯彻大会理念，生动书写了产业转型升级的“柯桥答卷”。世界布商大会已迈入第八届，其发展历程，恰与柯桥纺织产业的高质量发展之路同频共振。

八年来，柯桥的开放之门越开越大，“朋友圈”越拓越宽。2018 年，首届世界布商大会面向全球发布了“丝路柯桥·布满全球”行动计划，开启了全球纺织产业共建共享共赢新篇章。多年来，“丝路柯桥·布满全球”行动深入国内外主要纺织产业集群，通过“走出去”和“请进来”双线并行的模式，构建了“海外站、海外馆、海外仓”三位一体的国际贸易新体系，推动柯桥纺织企业实现了与全球市场的深度对接。同时，充分利用“柯新亚”跨境专线

和中欧班列“柯桥号”的通道优势，全面提升柯桥纺织的全球流通能级。

八年来，柯桥的创新之势越来越盛，“影响力”越来越强。以科技、时尚、绿色为创新基因，柯桥纺织重构国际竞争新优势，致力于从世界面料集散地迈向全球时尚策源地。新材料、新技术、新趋势持续落地转化，数字化、智能化与产业加速融合，全面释放区域科技创新活力；柯桥时尚周、天天时尚、中国国际时装周“柯桥时尚发布日”和米兰时装周“柯桥日”等系列活动与项目的持续推进，进一步提升柯桥纺织国际时尚话语权；围绕“绿色高端、世界领先”的目标，柯桥纺织通过“原料—技术—产品—市场”全链条绿色转型，柯桥印染通过“产业集聚+技术改造”双轮驱动，走出一条独具特色的绿色发展之路。

八年来，柯桥的品牌之路越走越深，“含金量”越来越高。作为柯桥区重点打造的纺织品区域公共品牌，“柯桥优选”建立了体系化、标准化的专业遴选模式，为柯桥面料打通了从“产品生产”到“价值落地”的关键链路。同时，越来越多的纺织企业重视自主品牌建设，全面提升柯桥纺织的附加值与影响力，“柯桥纺织”成为全国纺织首个价值千亿元级区域品牌。

八年磨一剑，世界布商大会与柯桥纺织在双向奔赴中相互成就，共同铸就全球纺织产业发展的重要风向标。从“科技、时尚、绿色”的转型升级到新质生产力的落地实践，在世界布商大会的有力推动下，柯桥现代化“国际纺都”建设取得了实质性进展，加速推动纺织市场、纺织产业、纺织科创“三大优势”转化为“三个高地”，不仅提升了柯桥纺织产业在全球的影响力，更有力促进了全球纺织产业链的协同发展。

价值进阶，勾勒国际竞合“宏伟蓝图”

当前，全球纺织价值链正从“成本驱动”转向“科技、文化、绿色”三维重构，新时代、新格局下，如何在重构中凝聚行业共识，在竞合中探索应对之道？第八届世界布商大会以“国际竞合——重构全球纺织价值链新格局”为主题，致力于对话全球纺织精英，共同勾勒国际竞合“宏伟蓝图”。

在这一主题下，大会将聚焦重构价值链，汇聚全球高端智慧；聚焦新质生产力，发布行业前沿成果；聚焦竞合新格局，促进产业共赢发展。届时，国家相关部委、国际商界、学术界、产业界精英，以及海内外供应商、采购商、服务商等都将云集柯桥，来自全球 60 余个国家和地区的纺织业界同仁，共同展望全球纺织产业竞合共生、竞合共赢的全新未来。



大会期间，将重磅发布《2026 世界纺织行业趋势展望》、纺织产业 AI 大模型——“AI 布”2.0、“柯桥优选”品牌等一系列重磅成果，举行柯桥区与塞尔维亚城市友城签约仪式和云链布全球、数字新丝路——中国轻纺城海外展贸联盟启动及签约仪式，展示人工智能赋能纺织业转型升级等案例，从数字变革、技术标准、产品创新、市场拓展等多个方面，为全球纺织业升级提供“柯桥方案”。大会同期，将举办国际纺织创新大会、亚洲色彩大会、知名企业圆桌会议等活动，力促全球纺织产业链在数字技术升级、新材料研发、品牌多元发展等领域深度对接，积极构建“开放包容、协同创新、共生共赢”的新型产业合作模式。

当前全球价值链的深刻调整是考验，也是机遇。正如中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲所言，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”。中国纺织产业依托庞大的制造规模和完备的产业体系，为全球纺织产业链提供“公共基础设施”；行业围绕科技、时尚、绿色、健康，系统培育新质生产力，为全球产业协同提供中国方案、纺织智慧。

全城联动，盛会聚光灯的“溢出效应”

从世界布商大会的智慧碰撞，到柯桥国际纺博会的商贸对接；从柯桥时尚周的潮流发布，到中国轻纺城市场内全球客商的考察调研——在国际盛会聚光灯下，每一年的“柯桥时刻”，都会上演一场贯穿产业链、覆盖全城的大联动。“会场—展馆—秀场—市场”协同联动、深度融合，盛会“溢出效应”为所有柯桥纺企带来发展新机遇。

而这场盛会真正的主角，是数以万计的柯桥纺企。“世界布商大会期间，整个市场更具‘国际范儿’了。”中国轻纺城东市场的一位经营户感慨道。他告诉记者，每年大会期间，市场内人流量倍增，不同肤色的采购商随处可见，正是开拓客户、接洽订单的黄金期。为了迎接本届世界布商大会，众多市场经营户早已精心筹备，重新布置产品陈列、推出应季创新面料、培训员工的外语接待能力，希望将客流转化为实实在在的商机。

第八届世界布商大会期间，第 27 届中国绍兴柯桥国际纺织品博览会（秋季）、2025 柯桥时尚周（秋季）联袂而来，将通过会、展、秀三重奏，形成“趋势引领—商贸落地—价值转化”的完整产业闭环，全方位呈现现代化“国际纺都”新面貌。本届纺博会预计迎来超 800 家优质展商，柯桥纺企表现活跃，约占参展企业总数的 35%，新质材料、纺织面料、纺织机械、数码印花、时尚设计、国风服饰六大展区，将带来一站式全产业链解决方案；本届时尚周以秀演、展览、赛事、时尚沙龙、时尚市集、国际交流日为主要形式，带来六个版块 30 余场活动，全面展现柯桥纺织创意设计、智能创新、低碳制造、跨界融合等领域的新质成果。

随着全球纺织产业从“成本驱动”迈向“价值驱动”，柯桥纺织充分发挥千亿级集群优势，加速从“全球规模最大”到“全球价值领先”跨越，迈向全球纺织价值链中高端，向着“世界级产业基地、世界级大市场、世界级科创平台”稳步前行。柯桥时刻，也是全球纺织的共同时刻，以“一块布”为纽带，柯桥正架起连通全球市场的“共赢桥”。TA





蓄势待发，共享商机！

2025 柯桥秋季国际纺博会 11 月启幕

■ 本刊记者 _ 王利

静待全球客商，共享无限商机。11 月 6—8 日，2025 中国绍兴柯桥国际纺织品博览会（秋季）将在绍兴国际会展中心举行。作为纺织品原产地和集散地的专业展会，柯桥国际纺博会是与上海面料展、广交会面料展齐名的行业三大盛会之一，不仅是展示新品、商贸对接、品牌塑造的重要平台，更是推动柯桥纺织走向世界的重要窗口。

本届纺博会继续秉持“国际、时尚、绿色、高端”理念，以“智汇新趋势 融链共未来”为主题，将充分发挥中国轻纺城“产业 + 市场”优势，带来一场国际化、时尚化、专业化的行业盛宴，为行业冲刺“全年红”注入强劲动能。展会总规划展览面积 4.8 万平方米，预设展位 2600 个，参展企业预计超 800 家，较上年增长 7%，实现展览面积与展商数量双突破，全面展现中国纺织产业的蓬勃活力与发展韧性。

展商备战足，聚势赢未来

随着柯桥国际纺博会全球影响力持续提升和辐射效应不断扩大，越来越多的参展商把这个展会作为新品发布、渠道拓展，甚至年度战略布局的关键节点。本届展会，将汇聚木林森、布创集团、科旺纺织、屹男集团等本地领军代表企业，更吸引四川川棉、吴江盛泰克等全国知名厂家慕名而来，共筑纺织全产业链商贸与潮流新高地。

绍兴三麦布艺有限公司自成立之初便与该展会一路同行、迅速成长。“每次纺博会我们都会收获许多新客户，甚至还会接到现场订单，前年展会上一个委内瑞拉客户现场下了 50 万美金的订单，目前从纺博会上转化而来的客户大概占公司 20% 以上。本次展会除了常规的绣花、针织、经编、网纱等系列面料，还将展示新开发的色织布盘带珠管绣，以及机器与手工相结合的多合一绣花面料。”公司总经理钱少杰说道。走进该公司展厅，许多国外客户正在选样，来自阿拉伯的客户 GAMAL 告诉记者，10 年前从纺博会结识了三麦布艺，之后每年都会保持 10 个柜以上合作，后续还会继续携手共赢。

首次参加柯桥国际纺博会的浙江汇纤纺织科技有限公司是一家专注于绿色生物环保纺织科技的创新驱动型企业。展会现场，该公司将带来采用杜邦 Sorona® 生物质功能性高弹丝生产的户外运动面料与采用新丽赛 Richcel™ 高端再生纤维素纤维生产的时尚女装面料，还将发布最新的“帛桑”丝系列面料。据公司董事长吴明进介绍，“帛桑”丝系列面料采用针叶木浆为原料，再加工为长丝，与真丝、羊毛等各种材料进行交织，手感细腻、亲肤感强、健康环保、性价比高，还自带抗菌抑菌功能，在高端时尚女装、家纺等领域具有较高应用价值。

事实上，如今的柯桥国际纺博会早已从柯桥纺织人“家门口的展会”，跃升为全国纺织企业拓展国际市场的高效通道。作为纺博会的忠实粉丝，四川川棉旗下国际贸易有限公司连续十余年参加该展会，并取得显著成效。



往届柯桥国际纺博会现场。

“公司拥有纺纱、织布、染整等完整产业链，具有较强的研发创新能力和生产供应能力，外贸占公司销售总额的 88% 左右。而柯桥外贸公司和外商办事处非常多，这些都是我们的直接下游客户群，每届纺博会都会收获许多新客户。”四川川棉国际总经理魏学东说道。

本届展会，四川川棉将带来工装面料、军队迷彩服面料等优势产品，还将重点展示天然环保的莱赛尔混纺面料、户外功能性冲锋衣面料，以及高强耐磨的警犬专用面料，希望借助纺博会的平台效应开拓全球市场。

亮点抢先看，锁定新机遇

以柯桥纺织雄厚的产业积淀为依托，柯桥国际纺博会成为全球纺织行业的风向标和创新源泉，众多参展企业借助这一平台，实现了从“展示”到“价值转化”的升级。本届纺博会进一步优化升级服务模式，六大专业展区、十余场精彩活动、近 30 个采购团组，全方位打造集新品展示、商贸交流、学习休闲、直播逛展等于一体的沉浸式展览新体验。

立足产业链协同发展，本届纺博会科学策划、全链布展，从 1 号馆至 4 号馆全馆铺满，分别设立新质材料、纺织面料、纺织机械、数码印花、时尚设计、国风服饰六大展区，打造以面辅料为主体、上下游融通的系列展会，为行业带来一站式全产业链解决方案。同时，将首次启用浙江省商务厅数字化场馆试点“浙里探馆”应用，大幅提升展会的便利化、规范化、精准化。

在严峻的国内外形势下，为帮助展商开拓国际市场，本届柯桥秋季纺博会延续春季纺博会出海拓市势头，大力开展境外采购商邀约。中国、印度、土耳其、吉尔吉斯斯坦、白俄罗斯、日本、英国、也门等国家的 26 个采购团组，包括广交会巴西外商团、蒙古采购团、中国台湾采购团 3 个直飞团组将赴会采购，为展商抢抓“双循环”机遇提供强力支撑。

尤为值得一提的是，本届纺博会继续与第八届世界布商大会同期同地举办，形成显著的协同效应与流量叠加。为延伸展会内涵，提升商贸实效，本届展会还将同步举行“千年布韵”非遗展、纺织新材料论坛及产业上下游对接会等 14 场精彩活动，为采购双方带来更广阔的合作空间与发展机会。

随着展期的临近，绍兴国际会展中心已准备就绪，展商们信心满满整装待发。这场汇聚新产品、新趋势、新商机的行业盛会，正静待全球客商的到来，共探未来、共谋新篇。**TA**

Focus / 聚焦

数字领航，纺都新篇

轻纺数字贸易港跨境电商创新中心正式发布

为进一步畅通跨境电商通道，推动外贸发展提质增效，加快构建“丝路柯桥·布满全球”国际贸易新通道，10 月 24 日，轻纺数字贸易港跨境电商创新中心发布及相关配套推介活动顺利举办，标志着柯桥区在推动外贸转型升级、打造长三角跨境电商示范区方面迈出了坚实一步。活动吸引了入驻企业、外贸企业、货代企业及合作伙伴企业代表等约 200 人参加，共同见证这一重要时刻。

轻纺数字贸易港作为全国最具代表性的纺织产业集群基地，拥有得天独厚的政策环境和地理位置优势。项目由国有上市公司浙江中国轻纺城集团股份有限公司投资建设，总投资约 48 亿元，总用地面积达 465 亩，总建筑面积约 93 万平方米。该项目分为两期建设，一期主要为智能仓储和高效物流区，二期则重点打造跨境电商创新中心及配套商务区，功能涵盖商业办公、零售餐饮、休闲住宿等。

在发布仪式上，浙江中国轻纺城集团股份有限公司党委书记、董事长潘建华表示，跨境电商作为联通国际国内两个市场、两种资源的重要桥梁，正以澎湃动力重塑传统贸易模式。打造跨境电商创新中心，是中国轻纺城集团推动市场转型升级、构建现代化纺织产业服务体系的关键一步。该中心将依托先进的数字平台、智能的仓储物流和专业的品牌孵化服务，为柯桥及周边地区的优势产业插上数字翅膀，助力区域外贸转型升级。

跨境电商创新中心位于轻纺数字贸易港配套商务区的核心位置，建筑面积约 11 万平方米。中心内设有跨境电商培训中心、直播展示交易中心、综合服务中心和供应链金融中心四大核心功能区。其中，跨境电商培训中心将为企业提供电商政策与运营培训，并与高校建立校企合作，实施电商人才孵化计划；直播展示交易中心则打造直播生态场景，支持多平台同步直播，提供供应链整合服务，助力企业拓展国际市场。

在综合服务方面，中心提供一站式政务与商务服务，包括工商注册、税务申报、法律咨询和知识产权保护等增值服务，极大地方便了入驻企业的运营。同时，供应链金融中心的搭建，为中小企业资金周转提供了有力支持，通过数字化金融平台，有效缓解了企业的融资难题。

活动现场，浙江中国轻纺城集团股份有限公司与圆通速递、杭州拾焰控股集团股份有限公司、SGS 通标标准技术服务有限公司、绍兴大樨



活动现场。

文化科技有限公司进行了现场签约，进一步丰富了跨境电商创新中心的生态体系。

此外，绍兴金柯桥供应链有限公司也正式揭牌成立。该公司由中国轻纺城集团与中恒纺织共同发起设立，致力于纺织领域的全产业链服务，为中小企业提供涵盖纤维、纱线、面料等产品的集中采购、库存管理及一站式供应链解决方案。目前集中采购等相关业务已全面启动，首单超 300 吨货物已入仓。

中国轻纺城集团党委副书记、总经理王百通在推介中表示，跨境电商创新中心的发布是打造轻纺城市场出海的全新节点。中心未来将围绕重点引进跨境电商优质企业；推动传统制造与贸易企业实现跨境电商转型；深化与亚马逊、阿里巴巴、TikTok 等平台合作；定期组织电商沙龙、选品大会等产业活动，促进交流与资源对接举措，全面建成生态活跃的现代化产业社区。

随着轻纺数字贸易港跨境电商创新中心的正式发布，柯桥区将依托其强大的产业基础和政策支持，进一步推动跨境电商产业的集聚和发展，为区域经济高质量发展注入新的强劲动力。未来，轻纺数字贸易港跨境电商创新中心将成为柯桥纺织走向世界的“新跳板”，成为区域经济高质量发展的“新引擎”，开启现代化“国际纺都”发展的新篇章。（**边吉洁**）

绿色环保纱线产业对接交流会在柯桥举行

近日，绿色环保纱线专场——“中国纱线流行趋势”产业对接交流会在中国轻纺城纺织新材料中心成功举办。本次交流会聚焦绿色原料、环保工艺、ESG 管理等热点议题，汇聚了纱线企业、面料商户、技术专家与采购代表参加活动。

活动现场，绿色环保纱线代表企业现场展示了环保纱线研发成果。福建新华源科技集团分享了建设绿色智慧纺纱厂的实践成果，重点展示莱赛尔纤维系列、七彩色纱线等产品；百隆东方则分享了环保色纺纱产品线，并重点介绍了 Bros eCare 功能性色纺纱；山东岱银纺织集团则展示了公司的专利产品竹节纱和夹芯纺纱，为面料开发提供了更多可能性；绍兴迈宝科技则分享了聚乳酸纤维全产业链的发展现状，展现了生物基材料在纺织领域的巨大潜力。

在会后交流环节，面料企业围绕绿色纱线的实际应用及企业发展展开讨论。针对“莱赛尔混纺纱线如何在价格优势与工艺适配性之间实现最优平衡”的问题，新华源集团表示将持续优化生产工艺，为面料企业提供更具体性性价比的解决方案。与此同时，在竹节纱的个性化需求方面，柯桥多位面料设计师与岱银集团进行了深入交流。

活动现场还设置了样品展示区，吸引了众多参会者驻足交流，供需双方通过实物对接，达成了多项合作意向，本次活动不仅展示了绿色环保纱线的最新成果，更为产业链协同创新指明了方向。未来，中国轻纺城集团将继续发挥产业枢纽作用，推动纺织行业绿色转型和高质量发展。（**唐小狄**）



大会聚焦科学谋划长丝织造行业高质量发展。

探寻新范式，谋划新路径

2025 年长丝织造产业高质量发展大会在新疆阿拉尔举办

■ 本刊记者 _ 陶红

长丝织造产业的高质量发展，绝非简单扩产提量，而是需要从根本上转向创新驱动、绿色低碳、智能高效的新模式，摆脱资源消耗、低价竞争的传统路径。

为了进一步推动产业数字化、网络化和智能化转型，引领行业高质量发展，10 月 22 日，由中国长丝织造协会、阿拉尔经济技术开发区管理委员会、中国长丝织造协会科学技术委员会共同组织的 2025 年长丝织造产业高质量发展大会暨中长协科学技术委员会三届四次会议在新疆阿拉尔召开。本次会议以“科技领航 智造未来”为主题，围绕行业数字化转型现状及趋势，重点设备自动化、智能化发展情况，数智化系统、平台搭建情况及企业数实融合经验、成果等进行交流、分享，旨在凝聚共识，探寻行业新发展范式与路径。

中国长丝织造协会会长、科学技术委员会主任王加毅；中国长丝织造协会副会长兼秘书长黄潢瑾；第一师副师长，阿拉尔市政府党组成员、副市长王永强；阿拉尔经济技术开发区党工委委员、管委会副主任李洪涛等领导嘉宾，以及来自江苏、浙江、福建、新疆、河南、湖北等产业集群、企业的代表出席了会议。中国长丝织造协会副会长张呈主持会议。

主旨报告：科技领航，智造未来

当前正值“十四五”规划收官与“十五五”规划启航的关键节点，科学谋划长丝织造行业高质量发展路径意义重大。长丝织造产业的高质量发展需要从根本上转向创新驱动、绿色低碳、智能高效的新模式。

中国长丝织造协会会长、科学技术委员会主任王加毅作“‘科技领航 智造未来’长丝织造行业高质量发展及科学技术委员会工作报告”，从行业高质量发展的坚实基础、行业高质量发展的路径建议、科技委赋能行业创新实践三方面展开论述，科学谋划长丝织造行业高质量发展路径；介绍了科技委在产品创新、科技创新、企业管理等领域的创新实践。

王加毅指出，近年来我国长丝织造产业砥砺前行，以创新赋能、管理增效、人才激活，加速培育新质生产力，展现出显著优势。主要表现在：规模优势持续巩固，产品创新驱动价值提升，科技创新夯实发展根基，绿色标准体系不断完善。

推动长丝织造行业高质量发展，是企业发展之需也是责任所在。为此，王加毅建议，一是提质增效，优化规模效益。建议企业进一步提高新产品和高附加值产品比例，全面推进精细化管理，严格成本管控，推动设备更新和技术升级，加强信息化管理系统应用，加强现场 6S 管理，提高生产、决策、作业效率。

二是优化布局，构建韧性产业链。行业要打破过去低水平重复建设的模式，通过区域协同分工、技术升级、价值提升和绿色低碳转型，构建更具韧性和竞争力的格局。优化东部、中西部产业空间布局，培育先进产业集群，构建“创新生态系统”，推动绿色化和智能化转型，强化创新驱动和人才支持，优化营商环境和要素保障。

三是强化创新，增强产品核心竞争力。行业需保持创新精神，持续开发好产品。围绕服用、家纺、产业用三大领域推进产品功能化、健康化与高性能化，加强品牌建设，发挥“产品 + 品牌”双轮驱动作用。

四是完善管理，迈向现代化治理。建立科学的公司治理结构，实现治理合理、约束有效、运营高效的生态模式；强化战略体系建设，建立战略分析、决策、执行、评估的体制机制；推动精益管理体系建设，在全流程推行精益管理，追求极致效率和品质。

王加毅表示，今年以来国际环境复杂多变、经济贸易秩序遭遇波折，纺织产业整体承压运行，但长期向好的趋势没有改变。随着国家扩内需、促增长政策持续发力，中国经济正在实现质的有效提升和量的合理增长。我国长丝织造产业作为具有国际比较优势的产业，依然是纺织行业中最具活力的板块，只要行业沿着创新驱动、绿色低碳、智能高效的道路坚定不移地走下去，前景依然光明。

新疆阿拉尔：纺织业的“智造革命”正在西部崛起

现阶段，纺织行业正从“规模优势”转向“价值优势”，这一转变在阿拉尔的产业实践中已初见端倪。

第一师副师长，阿拉尔市政府党组成员、副市长王永强在致辞中表示，近年来，阿拉尔紧抓历史机遇，围绕南疆兵团中心城市的

战略定位，以扎实推进新型工业化，加快发展新质生产力为核心，聚力打造纺织服装产业高地。全力聚焦棉纺、粘胶、聚酯“三大百亿级产业集群”目标，持续延链、补链、强链，不断完善上下游配套和服务的支撑，着力构建高质量的产业发展体系。目前已形成全产业链闭环，成为全疆纺织规模最大、集聚程度最高、配套功能最全、产业链条最完整的纺织产业基地。

王永强指出，当前，绿色化、数字化、高端化的转型浪潮正席卷而来。发展新质生产力已成为抢占未来制胜点的关键。阿拉尔将坚定不移地锚定科技、绿色、创新发展方向，全力推动 3 万吨锦纶长丝、新材料二期 30 万吨聚酯长丝、生态芦竹种植等重点项目落地生根。未来，阿拉尔将实现锦纶、氨纶、聚酯、莱赛尔等多品类长丝原料的全覆盖，奋力完成从纺织大市向纺织强市的历史性的跨越。

项目推介环节，阿拉尔经济技术开发区党工委委员、管委会副主任李洪涛就阿拉尔经济技术开发区纺织服装产业发展和投资营商环境进行了介绍。作为南疆兵团综合实力最强、人口体量最大、基础条件最好的师市，阿拉尔是南疆兵团唯一一家国家级经开区，也是新疆四大综合性纺织服装产业基地之一。

李洪涛介绍，经开区纺织服装产业发展优势明显，一是原料产地，品类齐全，是西北地区首个同时具备棉、粘胶、聚酯三大主流纺织原料的产地；二是枢纽通达，辐射欧亚；三是集群发展，链式生态，基本贯通了棉花、粘胶、聚酯—纺纱—织布—印染—家纺、服装、毛巾、袜子、无纺布及终端制品全产业链；四是成本洼地，效益高地；五是政策叠加，纺业提质；六是配套完备，绿色循环。此外，阿拉尔具备原料丰富且物美价廉、产业链完整、政策支持力度大、环保承载能力强、“技工贸”体系完善、市场辐射广等综合优势，是新疆承接纺织服装产业转移、投资兴业的首选之地。

新疆轻纺城投资有限公司常务副总经理王驰皓作新疆轻纺城专项推介。据介绍，新疆轻纺城综合性纺织品交易市场总投资约 4 亿元人民币，为项目的建设和发展提供了坚实的资金保障。项目规划用地面积约 12 万平方米，为打造综合性交易市场提供了充足的空间。市场将建设交易区、服务配套区和仓储物流区三大区域，满足市场交易、服务、物流、配套生活服务等多方面需求，打造集纺织面料及后整理、原料及纺织机械零配件（含整机组装）及产品展示、交易、仓储、物流运输，以及配套集散中心园区管理等功能于一体的交易中心。

其中，一期项目投资约 2.8 亿元，占地约 100 亩，展现了项目建设的阶段性重点投入，总建筑面积约 6 万平方米，其中市场建筑面积约 51576.9 平方米，明确了市场在一期建设中的规模。该项目落实中央部署积极响应对口援疆的国家战略，利用浙江专业化市场开发、援建资源优势，整合纺织产业资源，推动南疆纺织产业链升级，助力区域经济高质量发展。同时，进一步引导产业由规模扩张向质量效益聚焦，成为沟通中亚、辐射欧洲的贸易桥头堡，奠定兵团纺织产业全球化战略布局的基础。

数智化：不再是选择题，而是必答题

“人工智能与千行百业的深度融合不再只是未来图景，而是正在加速展开的现实画卷。”浙江理工大学新昌技术创新研究院院长胡旭东分享了纺织行业数智化发展及趋势。纺织业作为先进技术迭代升级的核心实验场，在设计、制造、检测、机器人、生产管控、营销、数字孪生工厂等方面都有充分应用。例如，可通过引入人工智能算法对纤维微观结构进行建模与优化，实现纤维新材料性能的精准调控与创新设计；通过多机协同的灵巧作业智能技术，可以实现纺织生产中面料熨烫、细纱接头、上轴等复杂工艺的自动化操作，构建



与会领导嘉宾参观当地企业和园区。

少人化无人化的智能纺织工厂生产体系。

作为一家集研发、生产、销售、服务于一体的国家高新技术和国家级专精特新“小巨人”企业，深圳市海弘装备技术有限公司专注于纺织高端装备领域高精度、高速度自动化设备及机器人的研发和销售。该公司纺织事业部经理鲍劲松作“全自动穿经机发展历程和技术革新”主题报告，介绍了自动穿经设备 HDS 5900PRO 和 HDS 7800PRO、纱线巡检机器人 DDR280 等产品，这些产品可以使人机交互能够快速完成，节省了时间成本，使工作流程更加高效，为行业设备智能化升级提供了切实解决方案。

“随着大模型技术的深入应用，企业数据分析方式也迎来升级迭代。智能问数将复杂的数据分析开发过程转化为自然的聊天交互方式，可大幅降低使用门槛，全面提升企业的智能化运营能力。”北京永洪商智科技有限公司资深业务专家程前以“拥抱 AI·迈进数据智能时代”为题，结合天权智能问数 vividime Megrez、数据驱动业务 AI 产品 vividime Dubhe 的应用进行了分享。Megrez 可覆盖多模型平台，具有更懂用户和业务的优势，是高质量、可解读性强的数据层建模；Dubhe 可将复杂任务智能化处理，使高级分析师能力普及化。

在阿拉尔经开区长丝织造产业交流环节，新疆宇欣新材料有限公司常务副总经理祝建国表示，新疆宇欣新材料有限公司早在 2020 年入驻新疆，一期年产 30 万吨的高性能涤纶纤维已于 2023 年 7 月投产，二期项目也于今年启动，正在推进中，可以说已在当地“落地生根”。未来，随着物流体系的不断完善和各类配套企业的集聚，将为新疆特别是南疆地区的纺织服装产业发展带来新机遇，相信产业链的形成对整个区域的产业链升级与经济发展将形成重要助推作用。

随后，与会嘉宾参观了阿拉尔经济技术开发区、新疆轻纺城投资有限公司、新疆臻彩控股集团有限公司、新疆宇欣新材料有限公司、三五九屯垦纪念馆等。**TA**

与时俱进，“衣”然可期！

■ 宁翠娟 / 文

10月18—20日, 2025全国纺织复合人才培养工程高级培训班（以下简称纺织高训班）第九次课程在中国香港举行。中国纺织工业联合会副会长端木小平, 香港特别行政区立法会议员陈祖恒（纺织及制衣界）, 中国化学纤维工业协会副会长靳高岭, 旭日集团有限公司副董事长兼总经理、真维斯国际（香港）有限公司董事长杨勋等嘉宾出席活动。端木小平主持活动, 陈祖恒为活动致辞并介绍了香港纺织及制衣业的发展经验和未来发展方向。

知识扩容

香港科技大学综合系统与设计学部教授李鹏带来“释放创意潜力：纺织品作为跨学科创新和成功商业化的催化剂”专题讲座, 阐释了设计与科研作为商业“左膀右臂”的协同价值——好的设计和创意是提升产品附加值的核心引擎, 而科研与产业的深度融合则是技术落地、价值转化的关键路径。

她强调, 设计思维能够为智能科技、材料科学、可持续发展等前沿领域提供跨界实验与创新的“桥梁”, 并通过具体案例生动展示了纺织技术如何打破学科边界, 在设计、医疗保健、农业、考古、电子和生活方式等领域创造实践价值。

香港理工大学智能可穿戴系统研究院创始人、院长陶肖明带来“可持续智能可穿戴技术”专题讲座, 重点分享了可穿戴系统在运动、健康和医疗中的应用。例如, 通过数字化智能设计生产系统个性化定制的压力袜, 在临床实验中已取得满意的治疗效果; 通过设计和制备一维纤维基电路组件, 集成进包覆纱中, 得到最细的电子纱线, 进而通过针织、刺绣等开发出具有传感、记忆和存储功能的智能纺织品等。

香港理工大学（绍兴）技术创新研究院院长、智慧纺织研究中心主任忻浩忠在“全方位颜色管理”专题讲座中介绍了一种图像色彩测量系统。该系统基于多光谱成像技术, 能够捕捉复杂颜色的光谱反射值, 实现零售商、买家和供应商之间颜色审批的数字化, 提升供应链的效率。

此外, 香港理工大学研究助理教授方波、蒲俊宏分别分享了通过良溶剂交换技术制备超细聚苯胺纤维、超韧聚酰亚胺纤维等高技术纤维的研究情况, 以及功能高分子复合材料纤维中填料取向调控与高性能化的技术路径。

科创转型

香港江苏科创中心是由江苏省苏豪控股集团旗下香港钟山公司于2025年7月主导设立的省级科创合作平台, 旨在深化苏港两地科技创新资源联动, 服务长三角与大湾区协同发展。

香港江苏科创中心科创导师、纺织高训班9期学员卜友军介绍了香港科创发展的优势与机遇。例如, 作为国际金融中心之一, 香港在



高训班学员合影。

全球市场接入中具有便利性; 持续增长的科创资金为企业提供研发、孵化和产业化支持; 不断引进的全球顶尖人才则为创新突破提供智力支撑。

进而, 香港科创力协会海外法律业务顾问张振宇、李鹏分别分享了港股市场的灵活性和高效性、港股与A股市场双重上市的优势, 以及如何利用香港法律和资本优势进行企业传承和国际化布局等。

中国职工技术协会创新与知识产权专业委员会会长任冠举在“国际化专利布局与知识产权保护”专题讲座中指出, 在全球化红利转向强国红利的背景下, 知识产权不仅是技术层面的保护, 更是思维层面的战略布局, 已成为制定规则、提升国际竞争力的关键工具。

香港纺织及成衣研发中心成立于2006年, 由香港特别行政区创新科技署拨款, 并由香港理工大学承办。据香港纺织及成衣研发中心项目设计高级经理谢恺宜介绍, 研发中心倡导以技术方案解决纺织行业问题, 将研究理念转化为商机并推动业界应用。例如, 在可持续发展方面, 开发了物料分离技术、绿色材料开发、智能服装分类回收系统、微塑料解决方案等。此外, 其通过开研Open Lab这一合作平台, 展示解决方案并提供解决问题的资源, 以推进时尚产业可持续发展。

传道解惑

旭日集团始创于1974年, 最初是一间由杨氏兄弟为主要合伙人的小型牛仔裤加工厂, 1990年收购澳大利亚服装品牌真维斯, 逐步成为休闲服装市场的领导者, 如今其业务已拓展至零售、地产及金融投资等领域, 构建起全球业务网络。“穷则独善其身, 达则兼济天下”, 旭日集团始终将社会责任深植于发展战略, 其于2005年成立的“旭日慈善基金”已在教育、医疗及扶贫等领域持续开展捐赠。

旭日集团副董事长兼总经理、真维斯董事长杨勋分享了企业的四次转型经验, 一是由香港制造转型为海外制造, 二是由制造产品发展成为工贸结合, 三是由工贸为主导转变为以服装零售为主导, 四是由人力密集型企业跨越到资金密集型企业, 为学员们带来诸多启发。值得一提的是, 在第四次转型中, 真维斯以“人无我有、人有我优、人优我转”的经营策略, 通过数字化转型拓展电商渠道, 实现了业务增长。杨勋表示, 从1978年“三来一补”的探路人到通过四次成功转型成为业务多元化的跨国集团, 旭日集团是改革开放的参与者、见证者、贡献者及受益者, 更是进程中的推动者。

在交流环节, 学员们围绕企业转型的实践路径、团队管理的创新策略、家族企业的代际传承以及慈善事业的社会价值等, 与杨勋展开了深度对话与思想碰撞, 促使大家从更宏观的视角审视企业转型的时代意义, 思考如何在商业成功与社会责任之间找到平衡点, 以更具前瞻性的思维推动企业与社会共同进步。TA

开栏语：

作为中国轻纺城产业生态的重要组成部分, 联合市场始终以经营户需求为锚点, 在行业发展进程中坚持与时俱进、创新突破。锚定现代化“国际纺都”的总目标, 近年来, 联合市场深度践行“一市一特色”发展定位, 精准规划并打造“麻类面料专区”——以差异化布局汇聚产业上下游合力, 用集聚化发展为品牌升级注入动能。这一举措, 既为广大经营户搭建起开拓新兴市场、培育强势品牌的优质平台, 更助力整个市场突破传统产业发展瓶颈、实现迭代新生, 使“麻”这一承载纺织文化底蕴、契合当代消费需求的面料品类, 成为见证纺城产业转型升级的璀璨注脚。

麻韵新生·织遇纺城

“麻”力全开, 中国轻纺城联合市场打造麻类面料新高地

■ 本刊记者_边吉洁

在全球贸易格局深度调整与产业链加速重构的时代背景下, 作为全球规模最大的纺织品集散中心, 中国轻纺城正积极探索转型破局之路。其中, 深化划行规市、塑造市场特色、打造细分品类专营区, 成为中国轻纺城集团推动市场迭代升级、培育新质生产力的重要战略。

作为柯桥纺织产业升级的重要载体, 中国轻纺城联合市场在二楼B区全新推出“麻类面料专区”。这一布局并非简单的空间划分, 而是依托其在高端面料交易领域的坚实基础（如汉服面料专区的头部集聚效应）, 进行的又一次深度业态创新。该专区建设通过硬件改造与配套升级, 汇聚国内优质麻类面料资源, 着力塑造“寻麻料, 到联合市场”的行业共识与品牌影响力。

“设立专区并非简单地将企业集中起来, 其根本目标在于推动麻类面料产业实现整体能级的跃升。”浙江中国轻纺城集团股份有限公司东市场分公司总经理孟伟东表示, 以往麻料企业大多分散于不同市场, 部分甚至隐匿于写字楼或工业园区之中。专区的设立将吸引更多优质企业或有意进入麻类面料领域的企业集聚, 通过产业链协同与资源整合, 形成品牌合力, 共同开拓市场、拓展麻类面料应用边界, 从而带动产业向更高层次发展。

消费升级驱动, 专区聚势而起

在消费升级的浪潮中, 消费者对健康、舒适、环保的需求不断攀升。麻类面料凭借天然透气、抗菌环保的特性, 正成为纺织市场的新增长点, 应用场景从传统汉服扩展到高端时装、家居用品等领域, 同时与国风文化的深度融合, 更释放出巨大的市场潜力。

“依托东市场在时尚女装面料领域的深厚基础, 以及汉服面料专区三年来的运营经验, 我们紧贴消费趋势, 顺势推出‘麻类面料专区’。这不仅是资源的整合, 更是我们作为‘时尚女装面料第一站’品牌内涵的延伸。”孟伟东介绍。目前, 专区规划面积已达6000余平方米, 约150间营业房, 汇聚了近百家具备强大生产能力与创新设计实力的优质麻料企业, 通过产业集聚与品牌塑造, 这里正崛起为市场新地标。步入专区, 亚麻的挺括、苎麻的清涼、汉麻的抗菌——在一个个以“麻”为主题的精品空间中, 天然面料的独特魅力被尽情展现。这里既有传承传统韵味的经典之作, 也有契合现代审美的创新设计, 形成了丰富多元的产品矩阵, 为全球采购商提供“一站式”高效选型采购平台。

对经营户而言, 麻类面料专区是提升产品品质、精准对接客户的重要平台; 对采购商而言, 是高效链接优质供应链资源的首选之地; 而对市场整体来说, 是推动招商隆市、增强核心竞争力的关键举措。随着麻类面料在健康与可持续时尚领域的价值日益凸显, “麻类面料专区”将持续发挥引领作用, 助推行业向更绿色、更富文化内涵的方向发展。



专区汇聚国内优质麻类面料资源。

硬软件双赋能, 构建可持续发展生态

良好的营商生态是专区持续发展的关键。联合市场在“麻类面料专区”建设中构建了“硬件+软件”双重支撑体系, 全方位优化经营环境。在硬件层面, 增设了大型幕墙广告、软膜灯箱等宣传设施, 既提升了专区辨识度, 又强化了集体品牌形象传播; 在软件层面, 依托中国轻纺城集团“优质经营户回归”行动, 提供政策对接、资源协调等精细化服务, 助力企业降本增效。

营销赋能同样精准有力。联合市场打通“线上+线下”全域推广矩阵: 线下定期举办精准对接会、静态展, 搭建企业展示与合作的实体平台; 线上发力云直播、抖音直播等数字化渠道, 帮助企业突破地域限制触达全球采购商。同时, 组织企业参与行业论坛与展会, 全方位提升专区及企业的品牌影响力。通过多元营销与创新引导, 推动企业提升产品品质与设计能力, 实现可持续发展。

作为中国轻纺城集团“一市一特色”战略的重要实践, 集团已成功培育蕾丝网布、户外功能面料等特色专营区, 通过错位经营实现了全域繁荣。“麻类面料专区”的设立, 是市场转型升级的又一次大胆探索与深化实践。孟伟东表示, 未来, 专区将持续深化集聚赋能与品牌共建, 加大对经营户的扶持力度, 以集体品牌塑造提升产业话语权。在柯桥纺织产业迈向数字化、智能化、时尚化的浪潮中, 这片麻类面料集聚区必将凭借集聚优势激发新动能, 助力中国轻纺城在全球纺织市场书写更具竞争力的新篇章。TA



洞察时尚密码
从中国国际时装周看行业趋势与变革

设计、科技与模式重构： 中国国际时装周创新三重奏

■ 本刊记者_罗欣桐

2025 年 9 月的北京,秋意初显,中国国际时装周（秋季）落下帷幕。聚光灯熄灭, T 台归于平静,但一场由“创新力”点燃的行业思潮,仍在继续澎湃。本季时装周,不仅仅是时装的盛宴,更化身为一个巨大的创新实验场与价值风向标。

从非遗工艺的创新表达达到科技面料的广泛应用,从可持续时尚的深入实践到全渠道商业模式的生态升级,一幅未来时尚的图景愈发清晰。我们试图穿过流光溢彩的表象,探寻时装周如何具体而精准地激发、展示并驱动着中国时尚产业的“创新力”引擎。



设计创新： 从文化表达到未来形态

“这一季中国国际时装周,我们看到了设计师们对‘中国基因’更为自信和聪明的运用。”中国男装高级定制研究中心主任、武汉纺织大学服装学院教授熊兆飞表示,“创新不再是符号的堆砌,而是转化为一种方法论。”

在非遗创新方面,有苗绣、彝绣、宋锦、香云纱、鲁锦、潮绣等传统工艺与现代设计结合,如苗绣衬衫、香云纱解构上衣配亮片短裤、宋锦小立领西装等现代基本款。这在国际时尚检索平台中被视为关键趋势。

比如,设计师吕越在广西壮锦的肌理上,加入植物染、鱼子缬等传统技艺与 3D 打印科技;以宋锦为 IP 的上久楷,突破性地采用分层织造技艺,将宋锦与纱进行混纺融合,经由张艺兴、黄曦彦等艺人演绎,增添年轻质感。



技术创新： 数字赋能与体验重构

本季中国国际时装周的创新力,强烈地体现在技术对产业全链路的渗透上。科技与时尚深度融合,3D 打印面料、数字化智能制造技术、光纤面料等,为服装增加了未来感;可持续创新深入发展,回收材料再利用、环保纤维、全域可降解材料 PHA 应用等,引导消费者投资如有机棉、再生涤纶等环保材质的经典款式,注重服饰的实穿性和耐久性。

比如,真维斯携手最佳男装设计师黄刚,对苗族非遗“百鸟衣”以算法生成图案,并以全域可降解材料 PHA 进行 3D 打印;siyun huang 将紫竹、草木、果壳、磁石、铜等自然物,经烧、编等转化,辅以印、染、绣、3D 打印、动态形变、编码算法等工艺,与织物相融;真维斯将香云纱与全域可降解材料 PHA 相结合……

中国“金顶奖”设计师、LIUYONG 品牌创始人刘勇认为,时装周为这类“硬核创新”提供了最直观的商业化展示与推广平台,加速了实验室成果向产业链的渗透。比如,在本届 DPARK 服装服饰 ODM 展上,中国纺联可持续创新专区的设立,将行业的绿色实践提升至系统管理层面。

值得一提的是,本季还有近 30 位数字时装设计师通过 AI 设计、智能 3D 建模等创新形式制作数字视频参与了时装周。利用生成式 AI 辅助完成设计,大幅提升了创作效率并带来了意想不到的艺术效果,在万象城、万象汇、万达广场等华北地区超过三十个商圈大屏同频滚动播放。

此外,从“虚拟偶像”走秀到部分品牌的“即看即买”,科技也正在重塑时装周的参与方式和消费闭环。淘宝服饰超级时装发布带来 3 个精选品牌,淘宝用户观看秀场直播即时下单,无缝衔接带货直播间,实现最终销售额超 2200 万元。中国国际时装周专为品牌搭建的 DPARK 直播间,近 10 个品牌将秀场直播、带货直播间结合,分别实现数百万至千万级销量。全球知名华裔设计师品牌 Vera Wang HAUTE 在北京展览馆推出 2026 春夏系列首秀,结合品牌代言人威薇线上流量,七城旗舰店同步进行线上线下传播与订货联动。



模式创新： 生态协同与价值共振

创新力不仅关乎产品与技术,更在于商业与产业模式的革新。本季时装周展现了更为成熟的“产学研商”一体化生态。迪尚工装调研劳动者真实需求,筹备半年多发布 100 余套原创工装。北京服装学院教师、第 23 届中国十佳时装设计师王媛媛表示,此次发布是迪尚与北服在探索数字产学研用结合方面的又一硕果。基于十年合作,双方共建“北服迪尚智能制造与生产实验室”和“北服迪尚创新研究院”,依托时装周产学研联动效应,不仅强化了服装智能制造,更展示了工装产业创新成果、深化省际供需对接、提升“山东工装”区域品牌影响力。

由此可见,从“展示—订货”到“共创—共生”的角色转变,也是时装周在商业模式上的一大创新。比如,淘宝、抖音、亚马逊、京东、小红书等电商平台持续深度参与时装周。以发布、直播、论坛、展位等多种形式,在时装周实现更精准的用户抓取与用户服务。

中国十佳时装设计师、武汉纺织大学服装学院副教授乔丹表示:“时装周和协会‘牵线搭桥’,大大降低了设计师品牌对接头部电商的门槛,我们能看到更多独立设计师品牌在初创期就与供应链企业、电商平台深度绑定。”

棱镜与引擎： 汇聚声浪创新共鸣

从中国国际时装周全球推广大使胡兵为开幕大秀 MISUITY 米休缇开场走秀掀起一波热潮,到国际知名华裔设计师品牌 Vera Wang HAUTE 全球代言人威薇、中国高端时装品牌 ELLASSAY 歌手思代言人童瑶、法国设计师品牌 IRO Night 代言人王子文均亲临品牌大秀现场前排观秀,演员代斯、李媛以时装周明星推介官身份出席“轻社交”设计师品牌 YES BY YESIR 大秀,演员代露娃以时装周时尚推荐官身份出席惠安时尚之夜—2025 中国国际时装周颁奖典礼并颁发荣誉奖项,还有时装周时尚推荐官余少群、张逗逗、朱博岩出席多个品牌秀场……中国国际时装周如同一面棱镜,折射出中国时尚最鲜活、最躁动、也最富生命力的光谱。未来的时尚是文化传承与科技创新的并存,是自我表达与社会责任的结合,是全供应链与商业场景的融合。

2025 中国国际时装周（秋季）所激荡起的创新涟漪,正持续扩散至产业的每一个角落。它清晰地昭示:中国时尚产业的创新力,已从单点突破,迈向系统化、生态化的协同演进。这种创新力,根植于文化的深度自信,赋能于科技的跨界融合,最终成熟于商业模式的敏捷重构。

设计师的奇思妙想、院校的学术研究、技术的硬核支撑、买手的市场嗅觉与新媒体的传播势能,在这个平台上高效碰撞、相互激发。我们所见证的,已不仅是一场季节性的时尚盛会,更是中国时尚产业面向未来、全速前进时,最为澎湃的驱动之声。TA

 2025 即墨商户·风采行

三方七合：从明星定制到都市衣橱

秋日午后的即墨服装市场，三方七合（SFUNCHIC）门店内，几位都市女性正拿着一件刺绣衬衫，搭配不同半裙反复试穿，她们中有人要开重要会议，有人即将启程短途旅行，有人只是想在周末喝一杯安静的下午茶。

三方七合品牌经理柯福军指尖轻抚过一件新疆长绒棉衬衫的领口说到：“我们不卖爆款，不追流量，想做的是一件能陪你走过四季的衣服。”

这听起来像一句诗意的告白，但对这个从明星定制工作室转型而来的本土品牌而言，却是十年沉淀后的清醒选择。

很多人第一次听到“三方七合”，都会问：这名字怎么来的？“最初真挺直白的。”柯福军笑说，“就是生产方、设计方、销售方三家合作。”那是 2016 年，他们还在用高定标准为湖南卫视跨年晚会等大型节目打造艺人舞台装。但当他们决定走进大众市场时，名字也被重新赋予意义。如今，“三方”代表现代女性的三种状态——井井有方、落落大方、仪态万方；而“七合”，则是穿衣背后的七种契合：合身、合意、合机、合景、合偕、合融、合和。听起来像玄学？其实很现实。一件衣服能不能穿去开会又顺路接孩子放学？换双鞋能否直接赴约晚餐？这些才

是都市女性真正的穿衣焦虑。

“我们不是做时装，是做‘生活的容器’。”柯福军说。

2017 年，三方七合品牌正式落地即墨服装市场，开出首家量产品牌店。“高端设计品牌太贵，平价快时尚质感堪忧——中间地带，正是一片蓝海。”柯福军表示，他们目标人群是心理年龄 25—40 岁的都市职业女性。她们需要专业感，也需要松弛感。于是，三方七合提出了“四优”产品标准：好看耐看、好穿好搭、舒适质感、超高性价比。比如三方七合的热销短袖衬衫，采用新疆长绒棉，袖口暗藏原创刺绣纹样，版型经过上百次真人试穿调整。它既可以配西裤出席商务谈判，也能搭牛仔裤穿出休闲通勤风。

“很多老顾客告诉我们，买一套衣服，能穿一个季度不重样。”张子彦笑着说，“这才是实用主义的浪漫，真正实现千人千版，衣己从心。”

即墨服装市场主办方即墨区市场建设服务中心，始终通过打造特色街区、市场升级改造、提升商业氛围等举措激发发展活力。这些努力也实实在在惠及了商户，正如柯福军所说:“2024 年即墨服装市场通过一系列提升举措，人流量明显回升。2025 年上半年，三方七合新开 6 家门店，全国门店总数已达五六十家，整体销量



同比增长 17%。”

但令人意外的是，他们线上平台几乎不卖货，发布的全是吸引大量粉丝的“穿搭解决方案”，柯福军坦言：“衣服的质感、垂感、光泽，只有穿上才知道。”更关键的是，线下成了“情感连接场”。除了常规会员权益，门店定期举办美学沙龙、插花课、读书会，让顾客不只是买家，更是朋友。这也带来了惊人复购率，形成“老客带新客”的良性循环。

“我们希望成为都市女性的‘专属衣橱’。”柯福军望着店内忙碌的身影，“不是堆满衣服的柜子，而是懂你生活节奏、情绪状态、身份转换的那个角落。”（云娟娟）

咏琪童装：“外贸品质 + 批发价格”圈粉无数

初秋的即墨服装市场童装区，咏琪童装的货架间，一件件外贸小防风冲锋衣整齐排列，咏琪童装总经理梁泽大翻着手中的面料检测报告说道：“我们卖的不只是衣服，是让孩子跑跳自在、让家长一眼就放心的选择。”

从 2008 年市场初启时的尾货摊位，到如今拥有独立设计团队、线上线下联动的外贸优选童装品牌，咏琪童装已在即墨服装市场扎根 16 年。

“最早我们做尾货批发，便宜但不稳定，款式杂，质量参差。”回忆创业初期，梁泽大也曾迷茫，但随着 85 后、90 后父母对孩子穿衣的安全性、舒适度和审美要求越来越高，才明白了“光靠低价拼不过‘安心’二字”。于是，咏琪童装开启了一场蜕变：退出低端尾货市场，组建设计团队，汲取国际童装流行趋势，深度把控版型与工艺细节，每一季新品，都力求做到“外贸品质、批发价格”。

如今，咏琪童装产品覆盖全年龄段，四季品类。“很多客户说，我们的 95% 白鹅绒羽绒服，保暖性强且价格比同类商场产品低 20%—30%。”梁泽大说这份质价比换来的是山东本地及北京、郑州等地批发商的长期合作。



更关键的是，该品牌所有产品均采用符合国家标准的 A 类纯棉面料。“孩子皮肤娇嫩，不敢马虎。”梁泽大说。这份“像对待自己孩子一样”的用心，也让咏琪童装在激烈市场竞争中站稳脚跟。

“做童装，先守好‘安全’，再谈‘好看’。”梁泽大反复强调。以今年爆款防风冲锋衣为例，不仅具备防水透气功能，拉链头特别做成圆润设计，防刮伤孩子娇嫩肌肤。设计风格上，咏琪也在随需求在变，从过去国内常见的紧身瘦版，转向更宽松舒适的韩版廓形，但也避免“过

于宽大的遭遇”。夏季注重透气吸汗，冬季羽绒服内层加薄绒提升贴身舒适感。

这些看似微小的细节，恰恰击中了家长最真实的痛点。一位来自潍坊的批发商说：“别的店比价，咏琪比安心。”正因如此，咏琪童装吸引了青岛、烟台、日照乃至外省客户的持续进货，形成了稳定优质的客源网络。

“现在 70% 订单来自线上。”梁泽大说，早期依赖阿里批发平台，后来布局抖音平台，拍产品、仓库实景、面料检测和打包发货，用真实画面建信任。

线下门店转型“体验中心”，外地批发客户专程来摸面料、看做工再下单；带娃游客也愿进店，今年这类场景明显增多。这离不开即墨服装市场主办方升级改造与氛围营造——2024 年举措落地后，市场人流回升，不少家长扫码进群成为长期会员。人气带动咏琪童装业绩同比增 20%—30%，线上占比 70%，微信私域老客户复购不断。

为增粘性，店铺推出会员制：每季度会员日线上发红包、线下享折扣；换季清仓帮客户去库存。梁泽大表示，未来计划拓展童装配饰，打造一站式采购体验，走出专属发展路。（云娟娟）

纺织科技赋能大健康

2025“技术创新空间”成果综述与产业展望

■ 王志新 / 文

纺织产业作为我国传统优势产业，在技术革新驱动下正从“传统制造”向“科技赋能”加速转型，其中“纺织大健康”领域凭借对人类健康需求的精准响应，成为产业高质量发展的核心方向之一。在 2025intertextile 中国国际纺织面料及辅料（秋冬）博览会期间，“技术创新空间”以“互动体验、成果展示、合作洽谈”为核心形式，汇聚科研院校、企业等 20 家单位力量，围绕“生命健康纺织品”“职业健康纺织品”“生活健康纺织品”三大主题，集中呈现我国纺织产业在大健康领域的技术突破与应用成果。

生命健康纺织品：破解医疗刚需，突破“卡脖子”技术

生命健康纺织品以医疗领域核心需求为导向，针对人工器官、慢病监测、可吸收医疗器械等“卡脖子”问题实现技术突破，为医疗健康事业提供关键材料与设备支撑。

江苏百优达生命科技有限公司研发的人工血管与编织支架，具备优秀的生物相容性、针孔封堵性与可缝合性，填补了国内同类产品的技术空白，可有效满足临床血管替代治疗需求，降低患者对进口产品的依赖。浙江智柔科技有限公司则聚焦慢病防控与智慧医疗，推出贴片式动态心电图记录仪、胎儿母体心率记录仪、多导睡眠监护仪等创新医疗器械，为重大慢病管理、智慧养老及全民健康监测提供技术方案。

中国纺织科学研究院有限公司自主研发的高强降解可控医用可吸收纤维制备技术，解决了传统医用纤维力学性能与降解性能难以平衡的问题。山东悦欣健康科技有限公司针对帕金森病患者步态障碍问题，研发的冻结步态康健仪采用激光智能技术，可通过精准的视觉引导为患者提供针对性康复支持，有效改善患者运动功能。

职业健康纺织品：筑牢安全底线，定制化防护升级

职业健康纺织品聚焦不同行业的安全防护痛点，通过材料创新与结构设计，开发“量身定制”的防护装备，提升职业人群作业安全性与舒适性。

优普泰（深圳）科技有限公司研发的轻质两层结构消防服，以实战需求为核心设计目标，具备优异的低吸湿性。苏州高甲防护科技有限公司以碳纤维复合材料为核心，开发的柔性防刺材料实现了防护性与舒适性的平衡，产品覆盖公共安全、职业防护及民用领域，解决了传统防刺材料厚重、僵硬的问题。

湖北中辐新材料有限公司研制出了绿色轻质零铅超柔核辐射防护服，该产品突破传统铅钨基防护服“质量重、加工毒性大、耐弯折性差”的技术瓶颈，实现零铅核辐射防护材料的国产化替代。江苏科旭纺织科技有限公司则攻克 HPPE（超高分子量聚乙烯）短纤纱线产业化难题，将“硬核”防护材料转化为兼具防护性与舒适性的短纤纱线。厦门当盛新材料有限公司研发的闪蒸化纤纤维屏障材料是高值及中高风险医疗器械包装的核心材料。

生活健康纺织品：重构日常场景，科技赋能舒适安全

生活健康纺织品覆盖穿衣、睡眠等日常场景，通过材料创新与功能集成，实现“舒适体验”与“健康保障”的双重升级，推动健康生活方式的普及。

深圳市朴飞生物科技有限公司以非粮农业生物废弃物为原料，开发 100% 生物基科技皮革等零碳新材料。其 Bestwaste 云萃™系列采用纳米级清洁纤维素分离技术显著提升材料的力学强度与柔韧性，兼顾性能与时尚美学，为服装、家居领域提供环保、可持续的材料选择。日本思百博（Spiber）研发的 Brewed Protein™ 纤维，具备抗菌、防臭功能，可延长衣物穿着周期，减少洗涤频率，符合绿色消费理念。

成都晓梦纺织品有限公司将中医外治疗法与家纺产品结合，研发草本

助眠纺织品、石墨烯温养系列产品，契合新时代“疗愈居家”需求。青岛邦特生态纺织科技有限公司的多功能纤维产品，如 TempSense® 智能调温纤维、HEATFREE® 遮热防透视纤维、暖姜® 纤维，充分体现“功能性”与“环保性并重”的研发理念，为服装、家纺产品升级提供技术支撑。

江苏新瑞贝生物科技股份有限公司则通过淀粉接枝浆料替代传统 PVA（聚乙烯醇）浆料，开发高支高密专用生物基浆料系列，产品具备全链路生物降解特性，实现“零化学残留、零致癌物”，且通过天然植物提取物实现抗菌防螨功能。国家先进功能纤维创新中心的碳纳米管复合发热技术，通过融合多维导电材料，依托三维矩阵构建与稳定性控制手段，实现碳纳米管复合发热薄膜的规模化卷装制备，为智能家居、医疗热敷等领域提供高效发热元件。

产学研协同创新：加速纺织科技成果转化

此外，江南大学、浙江理工大学、青岛大学纺织服装学院、西南大学等高校充分发挥学科优势，依托基础研究与应用创新能力，与企业深度合作，推动多项突破性成果落地，成为纺织科技成果转化的关键力量。

作为重症救治的核心设备，ECMO（体外膜肺氧合）临床效果显著，但耗材费用高昂，核心技术国产化迫在眉睫。江南大学展示的基于经编技术的高品质 ECMO 膜织物，通过创新自适应经纱张力调控方法，实现 ECMO 系统用经编氧合膜织物的低损伤制备，为 ECMO 耗材国产化提供核心技术支撑。

青岛大学纺织服装学院凭借分子嵌链技术，打造“抗菌+抗病毒+防螨”三重功能嵌链棉，通过分子层面的结构设计，解决了传统功能纺织品“功效易衰减”的问题；浙江理工大学联合江西三鑫医疗科技股份有限公司开发集成一体式 ePTFE（膨体聚四氟乙烯）人工血管 CoreVascu。该产品攻克传统 ePTFE 人工血管“制备工艺复杂、性能不稳定”的局限，为血液透析患者及外周血管疾病患者提供更可靠的血管替代方案。

西南大学研发的速凝棉，通过天然棉纤维改性处理，使其在接触体液后可快速膨胀形成水凝胶体，填补传统止血材料“响应速度慢、生物相容性差”的空白。

“技术创新空间”平台价值与产业展望

自 2009 年首次举办以来，“技术创新空间”已累计吸引 460 家（次）单位参展，展示新技术成果 740 项，成为衔接纺织科技研发与产业应用的核心平台，不仅集中展现了我国纺织大健康领域的最新进展，更搭建了“产学研用”协同合作的桥梁，为纺织科技成果转化提供了高效渠道。

从产业发展趋势来看，未来纺织科技将进一步突破传统边界，在以下方向实现深化发展：一是医疗领域的“高精尖”化，如人工器官、智能监测医疗器械等技术将向“精准化、微创化、智能化”升级，进一步满足临床复杂需求；二是防护领域的“场景化”定制，针对不同行业的特殊风险（如化工、航空、极地作业等），开发更具针对性的防护纺织品，实现“安全与舒适”的极致平衡；三是日常领域的“个性化”与“可持续化”，通过材料创新与智能技术，推动纺织品向“按需定制”方向发展，同时强化绿色生产与循环利用，契合“双碳”目标与可持续发展理念。

未来，随着更多创新技术的落地与应用，纺织产业将进一步突破传统产业边界，在服务人民健康、构建现代化产业体系中发挥更大作用。“技术创新空间”作为行业重要的成果展示与交流平台，将持续推动纺织科技与大健康产业的深度融合，为我国纺织产业高质量发展与健康中国战略的实施提供有力支撑。

（作者单位：纺织工业科学技术发展中心）

场景即战略： 时装品牌发布场景的构建逻辑

■ 王璐瑶 肖彬 刘筱君 / 文

场景战略趋势分析

根据国信证券 2025 年的报告，新的消费方式源于生活方式的演变，而消费业态的演进本质上是社会经济环境变革的结果。该报告提出“生活方式—消费场景—产品定义”的研究框架，指出生活方式在技术、经济、文化等因素影响下，催生多元消费场景与新业态，进而重塑产品生命周期与资本市场估值。

正如海尔集团张瑞敏所言，当前市场正经历“产品被场景定义、行业被生态覆盖”的变革。在时尚行业，这一趋势体现为研究视角从单纯关注服装产品，转向对消费者生活方式与场景体验的深度洞察。时装发布不再局限于单品展示，而是通过秀场场景构建语境，让观众从被动观看者转变为体验的参与者。

场景类型： 发布场景的四维构建

针对近年来国内外品牌发布的案例发现，场景构建的方式并非单一，从完全人工的技术主导型构建，到最大限度利用环境特质的适配型构建，时尚制作者可以根据展示主题、场地条件、预算规模等因素，灵活选择或组合不同的构建方式。其构建本质上是基于创意驱动，通过对各类资源的创造性重组与系统构建，实现品牌内涵的视觉化表达。

1. 舞美场景构建

对于全空场地而言，秀场场景的构建完全依托于人为的舞美设计与技术手段的创造性组合。这种“白纸作画”式的场景构建方式，超越了舞美设计仅仅作为背景装饰的功能，设计形式也不再仅是解析灵感来源，而是逐渐突破物理空间的限制，通过灯光、装置、投影等元素的系统性组合，构建出具有强烈美学表达力的场景，甚至品牌利用对舞台的设计比如包含色彩、形状以及现场的装置进行场景设计。在 2025 年中国国际时装周上，DEMAINZ 品牌摒弃传统舞台化的表达方式，以“做减法”的设计哲学，将灵感来源“长白山与景迈山”这一自然意象异化为三角形，将倒三角阵列在特定角度利用背景板和地面反射出“隐形的山”来构建秀场双山并立的场景，呼应这一季核心理念“双林共统”，这种看似偶然实则必然的设计，展现了数学美学与传统文化的完美融合。

总之，在全空场地中的舞美场景构建体现了技术赋能的重要性，它通过“从无到有”的创造性重组，将舞美设计从背景提升为叙事主体，系统性地整合各类技术元素，最终将抽象的品牌内涵转化为可感知的视觉体验与美学表达。

2. 建筑场景构建

当代时尚产业正经历着一场深刻的空间转向，建筑场域日益成为品牌文化叙事的重要载体。建筑空间通过时尚事件的介入，实现了从物理实体到文化文本的转化。以路易威登 2023 早春女装秀为例，品牌选址路易斯·康（Louis I. Kahn）设计的萨尔克生物研究所（Salk Institute for Biological Studies），构建了一个极具深度的秀场场景。设计师利用该建筑标志性的混凝土立柱韵律和轴线构图，将其转化为场景的空间节奏语言；利用中央水渠的视觉引导，将太平洋海岸线引入视觉序列中，以黄昏落日下的加州海岸线为背

景形成“海—陆—天”的垂直场景结构，在时间的变化中感受到永恒。

建筑场景构建的核心在于将既有的空间结构转化为品牌叙事的美学语法。它不再是将建筑作为被动背景，而是通过解读和激活其固有的历史、结构与精神特质，实现物理空间、文化意涵与时尚主题的三重对话，最终在特定环境中创造出不可复制的体验感。

3. 自然场景构建

户外元素日益成为品牌叙事的重要维度，这种趋势体现了时尚品牌对真实性的文化追求，通过将发布场景置于自然环境中，构建更具沉浸感的产品场景体验。在空间选择上，品牌倾向于具有鲜明地域特征的自然景观。例如 2025 年坦博尔 TANBOER 户外冰雪趋势大秀，以“雪舞山巅”为主题，在西湖水面上构建起一条长达 310 米的模特秀道，配合雅丹地貌视觉、雪山影像与实景交融，打造出“山野—城市—雪境—极地”四大场景转换，呈现“人类滑雪的起源”，传递人与自然、人与雪山以及人与人之间的深刻连结。CHANEL2026 度假系列选址科莫湖（Lago Como）Villa d’ Este，将海浪、沙滩、遮阳伞等元素转化为度假美学的视觉符号，而该建筑出自 16 世纪文艺复兴时期，讲究轴线对称布局。在秀场中模特从宏伟的雕花大堂走到漂浮在湖面上的泳池，每一步都像走入一场慢镜头里的生活电影，表达出无论潮流如何更替，优雅依然存在的从容。

自然场景在构建中强调“场景真实性”的构建原则：一是感知真实，最大限度利用自然元素构建服装穿着场景；二是叙事真实，服装成为场景中的有机组成部分，最终实现自然环境不仅作为背景板，更成为秀场场景构建的“共谋者”。

4. 社会场景构建

秀场一直是反映当下社会现状的投射，社会议题在时尚领域不断地被提及。设计师经常会在秀场中融入对社会、现实、自我的思考，将其总结凝练为秀场核心概念，并通过场景内容进行表达。在 2025 中国国际时装周中，MAGGIE MA 以“觉醒乐章 Les mirages du désert”为主题，运用空间、光影与色调构建出“真实与虚幻”的冲突场景。秀场以大面积的勃艮第红为主色调，高饱和度的红色带来强烈的视觉冲击，打造一幅幅充满女性的激情与内在生命力的画面，表达当代女性的精神内核。

由此可见，社会场景构建将秀场从美学空间升华为思想场域。它通过对社会议题的视觉转译与氛围营造，使时尚空间成为引发公众共鸣与思考的叙事现场，最终让品牌内涵与时代精神同频。

构建逻辑： 主题叙事的架构体系

在对舞美、建筑、自然及社会场景的案例分析中发现，秀场场景的构建本质是创意驱动下的资源重组与意义生产。在这一过程中，空间、技术、文化与社会议题被转化为视觉语言系统，既彰显了品牌的审美哲学，也重新定义了时尚与观者之间的互动关系。我们将以此分类为基础，系统阐释秀场场景构建的实践逻辑。

1. 场景基调——主题

在时尚发布会的场景构建中，主题是创意的起点，更是整个叙事系统的核心。它决定了视觉转化的方向、空间体验的调性以及品牌叙事的深度。一个强有力的主题能够将抽象的概念——无论是文化符号、设计师的个人记忆，还是社会议题——转化为可感知、可传播的场景。

以 Louis Vuitton 2026 春夏男装为例，该系列以“PARIS TO INDIA”为主题，将秀场布置成印度传统游戏《蛇梯棋》，用木质结构与手绘构筑将观众与模特悉数纳入一场源于古印度解脱之图 Moksha Patam 的哲学游戏，打造一场关于机遇、风险、精神攀升的秀场场景（如图 1）。2025 中国国际时装周上，FIRS 杉杉以“东方绅士”为主题，舞台被设计成一个光影交错的“精神棋盘”，不同材质的地面在灯光调控下，形成错落有致的反射效果，表达商务男士的秩序与自由，利用沉稳而富有层次的深、暖、暗色灯光，刻画一场规则之中，自有破局之道的东方儒士场景（如图 2）。



图 1 Louis Vuitton 2026 春夏男装秀场



图 2 2025 春季中国国际时装周 FIRS 杉杉秀场

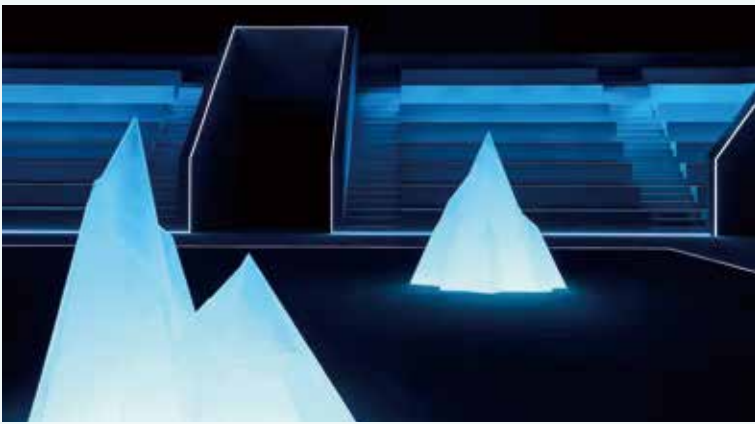


图 3 DIOR 2025 秋冬女装秀场



图 4 2025 春季中国国际时装周 YOUYILIN·姚怡琳秀场

2. 场景表征——符号

在时尚秀场的场景设计中，“场景表达”是通过对空间布局和视觉元素的系统设计，实现从物理环境到文化内涵的创造性转化。这一过程体现了设计师对空间元素的精准把控：在实际操作层面，通过场地改造、装置布置和灯光设计构建完整的视觉空间；在象征意义层面，则赋予这些元素特定的文化内涵和品牌价值，亦或是通过这些元素来表达主题内核。

在 DIOR 2025 秋冬女装秀中，设计师以《奥兰多》为灵感，将秀场场景分为五幕戏剧舞台。秋千上的“once upon a time”呼应电影中的时空对话，白色飞鸟象征青春，熔岩与冰山则代表古今碰撞（如图 3），通过多重场景意象激发观众打破规则、实现自我觉醒。在 2025 春季中国国际时装周上，YOUYILIN·姚怡琳以“女仆的战争”为主题，利用哥特式厨房、黑白棋盘格地砖与幽暗灯光，营造压抑的场景氛围，引导观众思考身份与觉醒的议题（如图 4）。

这种设计方法展现了两个重要特点：一是设计师对实际空间进行了富有创意的改造，让整个场地变成了一个充满戏剧性的舞台；二是每一个舞台元素都不是随意选择的，它们都承载着特定的文化含义和指向意义，共同构成一个完整的场景故事，传递品牌精神和文化思考。

3. 场景搭建——空间

在完成主题概念的确立与对符号元素的把控后，空间场景进入呈现的关键阶段，这一过程本质上是一个多维度的美学实践，遵循着场景在前，美学在后，美学为场景服务，场景为更好的体验而存在的实践思路，把空间比例、材质组合、技术媒介等有机整合在一起实现场景的搭建，通过富有创造力的空间叙事，将抽象的品牌哲学转化为可感知、可参与、可传播的文化体验场，利用场景打造一个超越在场的叙事，最终实现品牌价值与受众共鸣的深度联结，完成从场景构建到价值认同的衔接。

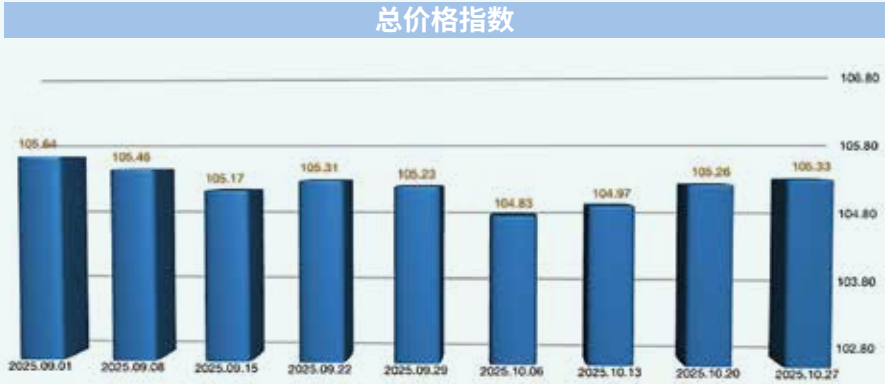
总之，通过剖析国内外品牌案例，可以发现当代时装发布已超越单纯的产品展陈，演进为一种深度融合场景体验的战略实践。无论是通过技术舞美、建筑空间、自然景观还是社会议题构建场景，其成功的关键均在于遵循“主题—符号—空间”的内在逻辑，践行“场景在前，美学在后”的实践思路，最终实现了从物理空间到情感认同的价值跃迁，揭示“场景即战略”这一时尚产业的全新范式。TA

（作者单位：北京服装学院）

市场营销微势推升 价格指数环比微涨

20251027 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20251027 期纺织品价格指数收报于 105.33 点，环比上涨 0.06%，较年初上涨 0.76%，同比上涨 1.10%。



中国轻纺城市场营销微势推升，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下跌，家纺类产品成交价量环比回缩，辅料类价量环比下跌。

原料行情环比上涨，涤纶环比上涨，纯棉纱成交上升

据监测，本期原料价格指数收报于 86.14 点，环比上涨 0.24%，较年初上涨 6.90%，同比上涨 5.23%。

聚酯原料震荡回升，涤纶价格环比上涨。本期涤纶原料价格指数收报于 72.67 点，环比上涨 0.68%。近期华东地区 PTA 现货主流 4370 元 / 吨，环比上涨 45 元 / 吨；MEG 主流 4122 元 / 吨，环比持平；聚酯切片市场报价涨跌互现，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5530 元 / 吨，环比上涨 5 元 / 吨；无光切片现金或三月承兑 5480 元 / 吨，环比下跌 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 6712.5 元 / 吨，环比上涨 162.5 元 / 吨；FDY 报价 6810 元 / 吨，环比上涨 110 元 / 吨；DTY 报价 7931 元 / 吨，环比上涨 181 元 / 吨。涤纶短纤价格环比上涨，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6300 元 / 吨，环比上涨 5 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，萧绍地区涤纶短纤市场价格环比回升，实单成交环比增加。

纯棉纱成交环比推升，再生纤维素价格环比下跌。近期，纯棉纱收报于 108.41 点，环比上涨 1.99%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比推升，价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16430 元 / 吨，环比上涨 10 元 / 吨；普梳 32S 纯棉纱报价 21420 元 / 吨，环比上涨 20 元 / 吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元 / 吨，环比持平。国产纯棉纱原料成交环比推升，纯棉纱市场交投环比增加，纺企反映走货逐日推升，连日成交环比上涨。

近期，再生纤维素类指数收报于 87.39 点，环比下跌 0.09%。粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13050 元 / 吨左右，环比下跌 50 元 / 吨。人造棉收报于 73.87 点，环比下跌 0.07%。人造丝收报于 100.02 点，环比下跌 0.26%。

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 116.37 点，环比上涨 0.70%，较年初下跌 2.39%，同比上涨 0.30%。

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：天然纤维坯布收报于 182.20 点，环比上涨 3.16%，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。化学纤维坯布指数收报于 105.41 点，环比上涨 0.04%，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 110.79 点，环比下跌 0.14%，较年初下跌 5.04%，同比下跌 4.65%。

近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，秋季面料下单环比回缩，初冬季面料下单环比下降，对口客商入市认购仍显不足，服装面料价格指数环比下跌。其中：毛及其混纺面料、粘胶面料、涤棉面料、时尚面料类成交量不等量下跌。

特色分类指数中：衬衫面料指数收报于 120.57 点，环比下跌 1.24%；裙装面料指数收报于 119.26 点，环比下跌 0.59%；工装面料指数收报于 127.23 点，环比下跌 0.18%；色织工艺面料指数收报于 128.15 点，环比下跌 1.01%；针织工艺面料指数收报于 113.69 点，环比下跌 0.60%；吸湿性面料指数收报于 120.23 点，环比下跌 0.19%；保暖性面料指数收报于 113.27 点，环比下跌 0.31%。

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 99.87 点，环比下跌 0.21%，较年初下跌 0.98%，同比下跌 1.00%。

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。其中：窗纱类收报于 100.71 点，环比下跌 0.60%；窗帘类收报于 102.03 点，环比下跌 0.06%。

市场行情环比回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期辅料类价格指数收报于 110.98 点，环比下跌 0.80%，较年初下跌 15.31%，同比下跌 14.30%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。其中：带类收报于 122.61 点，环比下跌 0.02%；窗帘布带收报于 104.14 点，环比下跌 2.98%；打孔圈收报于 99.86 点，环比下跌 1.16%；挂球和挂钩收报于 98.46 点，环比下跌 0.72%；窗帘轨道收报于 94.63 点，环比下跌 1.29%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡回缩走势。因需求不足，11 月初市场行情将显现平淡走势。目前市场上大多数是中小批量和中小批量多品种发货，其特点是持续的时间并不长久。随着季节的更替，后市秋季面料成交继续下行，初冬季面料成交震荡小升，春季面料下单相对不足，预计传统市场成交将震荡回缩，整体市场成交将呈现震荡小跌走势。**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



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

RESONANCE 回响

KEQIAO
FASHION WEEK

响

NOV. 2025
~
11.05-11.12