

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 2026.1.26 | 第4期 | 总第1252期



柯桥·中国轻纺城 专版

P16 柯桥纺织破局“内卷”



P20 深耕科技十三载，赋能健康深睡眠



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](http://www.taweekly.com)

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



P8 悦达纺织、华峰重庆氨纶  
入选全球“灯塔工厂”

华峰重庆氨纶“灯塔工厂”车间。





中国轻纺城集团

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\*

招商电话: (Tel.) 15257558819 | 15215990881 地址: (Add.) 中国轻纺城东升路市场B区三楼



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

# 毛绒天地 毛绒圈

## 北市场 一区三楼毛绒专营区等你



入驻热线  
TEL-0575

联系人: 邵先生 雷小姐

# 84111017



AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

主管：中国纺织工业联合会  
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

社长 徐 峰  
总编辑 刘 萍  
副社长 刘 嘉  
社长助理 张尚南  
副总编辑 袁春妹 万 晗

总编助理 郭春花

采编中心

主编 徐长杰 墨 影  
副主任 董笑妍 云娟娟  
特邀主笔 郝 杰  
主任助理 李亚静  
编辑/记者 陶 红 夏小云 裴鑫榕 许依莉  
美编 郭 森 余 辉

市场推广中心

总监 吕 杨  
副总监 罗欣桐  
主任 雷 蕾 王振宇

浙江运营中心

总监 赵国玲  
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 聘  
资深摄影 关云鹤  
美编 李举鼎  
编辑/记者 牛学轅

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:   
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*

再生材料应用推广路线图确定，纺织为重点行业  
工信部部长谈开局“十五五”，纺织列入“传统产业焕新行动”  
三部门表彰全国就业与社保先进民企，宁纺、海澜、魏桥等上榜  
破解一线瓶颈，推动科技成果就地转化

08

关注 *Attention*

悦达纺织、华峰重庆氨纶入选全球“灯塔工厂”  
光影筑梦，融合启新  
调研经编及袜业发展，中针协助力海宁针织开好局



10

特别报道 *Special*

陈新伟：“三化”引领，书写化纤高质量发展新篇章  
李桂梅：中国产业用纺织品升维为“全球创新伙伴”  
顾 平：中国纺机业从规模引领迈向价值跃升

16

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

从“单点做全”迈向“专精协作”，柯桥纺织破局“内卷”  
以功能性新材料赋能美好生活  
针织产业破界创新：从“新材料”里找答案

20

家纺 *Industry*

对话金太阳：深耕科技十三载，赋能健康深睡眠

22

市场 *Market*

“白马秋歌”：一个传统市场的营销破局样本

24

一线 *Frontline*

鄂尔多斯：锚定质量与生态双跨越  
Red Copper：以梦为马，奇幻启新

25

观察 *Observation*

着力四个关键点，构建印染产业布局新格局

26

指数 *Index*

冬市营销环比回缩 价格指数环比下跌



刘 萍  
《纺织服装周刊》总编辑

RESILIENCE AND TRANSFORMATION  
数据透视 2025：  
中国纺织业的韧性与转型

2025 年，中国经济以 5% 的增速跨越 140 万亿元 GDP 关口，在复杂内外环境中实现“十四五”圆满收官。  
国家统计局 1 月 19 日发布的“成绩单”显示，国民经济向新向优态势显著：规模以上工业增加值增长 5.9%，制造业增速达 6.4%，为产业链升级注入动能。纺织业增加值同比增长 3.0%，固定资产投资额同比增长 4.3%。

消费市场呈现“基础稳健、升级提速”特征。社会消费品零售总额突破 50 万亿元，同比增长 3.7%。其中，体育娱乐用品类商品零售额增长 15.7%，凸显消费升级趋势；服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额增长 3.2%，与居民衣着价格 1.5% 的涨幅形成呼应。线上消费持续渗透，实物商品网上零售额达 13.09 万亿元（同比增长 5.2%），占社会消费品零售总额的 26.1%，但网上穿类商品 1.9% 的增速提示纺织电商需突破增长瓶颈。

2025 年，中国外贸进出口额首破 45 万亿元，同比增长 3.8%；对“一带一路”国家进出口占比达 51.9%，同比增长 6.3%，展现开放型经济韧性。纺织行业虽面临全球需求收缩挑战，以及单边主义与保护主义抬头、国际经贸秩序受到严重冲击的复杂形势，出口总额仍达到 2937.7 亿美元（同比下降 2.4%），但分化明显:纺织品出口逆势增长 0.5% 达 1425.8 亿美元，服装出口下降 5.0% 为 1511.8 亿美元，反映产业链上游材料端竞争力相对稳固。

放眼国际市场，越南媒体称，2025 年越南纺织服装业实现出口额 460 亿美元（增长 5.6%）。全年越南贸易总额达 9300.5 亿美元（增长 18.2%），外资企业出口占比 77.3%。在 1860 亿美元对华进口额中，纺织原料占比显著，凸显中国纺织产业链在全球供应链中的关键地位。

此外，纺织业作为民生产业，人口结构变革值得关注：2025 年末我国 60 岁及以上人口 3.2 亿人，占比达 23.0%，65 岁及以上人口 2.2 亿人，银发一族已成为显性群体。另据中央财经大学发布的《中国人力资本报告 2025》显示：1985—2023 年，中国 0—15 岁人口占非退休人口比例从 38.61% 下降至 22.71%；而 46 岁至退休年龄人口占比已从 10.44% 上升至 23.80%。劳动力“后备军收缩、主力军老化”的趋势，正加速推动行业向智能化、自动化转型，“机器换人”从趋势走向现实。

数据背后，纺织行业既需直面外部环境不确定性与国内供强需弱的矛盾，更要把握消费升级、“一带一路”机遇与技术变革窗口。2026 年作为“十五五”开局之年，行业需以提质增效为核心，通过科技创新、绿色转型与供应链韧性建设，在变局中开新局。

View point / 产经看点

据海关总署初步统计，  
2025 年中国同中亚五国贸易额首次突破 1000 亿美元，  
达到 1063 亿美元，同比增长 12%，创历史新高。中国首次跃居中亚各国第一大贸易伙伴。

——海关总署

2025 年，我国对外非金融类直接投资 1456.6 亿美元，同比增长 1.3%，对外投资连续 9 年保持世界前三。

——商务部

1 月 19 日，国家统计局发布 2025 年全年经济数据。2025 年，全年国内生产总值突破 140 万亿元，按不变价格计算，比上年增长 5.0%。我国经济发展向新向优，预期目标圆满实现。

——国家统计局

日前发布的《推动工业互联网平台高质量发展行动方案（2026—2028 年）》提出，到 2028 年，具有一定影响力的工业互联网平台将超 450 家，工业设备连接数将突破 1.2 亿台（套），平台普及率将达 55% 以上。

——工业和信息化部



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  
微信公号



纺织 120S  
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

# 再生材料应用推广路线图确定，纺织为重点行业

■ 本刊记者 \_ 郝杰

日前，国家发展改革委、工业和信息化部 and 财政部等七部门发布《再生材料应用推广行动方案》，提出提升再生材料供给保障能力，扩大再生材料应用范围，完善再生材料使用管理制度，逐步提高再生材料应用比例，加快重点行业绿色低碳转型，支撑保障产业链供应链安全，推动循环经济发展取得更大成效。

方案明确，到 2030 年，废弃物循环利用体系进一步健全，再生材料推广应用等标准和认证体系逐步建立，废钢铁、废纸年回收利用量分别超过 3 亿吨、8000 万吨，再生有色金属、再生塑料年产量分别超过 2500 万吨、1950 万吨，汽车、电器电子产品、纺织、包装等领域再生材料替代使用比例稳步提升，再生材料应用对保障资源安全、促进节能降碳的作用进一步增强。

在加强再生材料供应方面，方案提出支持企业建设废旧纺织品加工利用中心，建设化学纤维、棉、绵羊毛、山羊绒等分类分级利用体系。

对于完善废弃物回收体系，方案强调，加强废塑料、废纸、废玻璃、废旧纺织品等源头分类回收体系建设。

针对加大重点产品再生材料应用力度，方案提出，鼓励纺织、包装等生产企业应用再生材料。鼓励轻纺企业在应用推广条件较好的产品中使用

Direct / 直击

## 工信部部长谈开局“十五五”，纺织入列“传统产业焕新行动”

近日，《新闻联播》推出《权威访谈：开局“十五五”》系列报道，专访工业和信息化部党组书记、部长李乐成，详解工信部推动工业经济高质量发展的部署与规划。

“十五五”时期，工业和信息化部将以推动科技创新和产业创新深度融合为路径，增强产业链供应链安全可控水平，保持制造业合理比重。李乐成表示，要深入推进重大技术改造升级工程，打造集成电路、新材料、航空航天等新兴支柱产业，推动生物制造、具身智能、6G 等成为新的经济增长点。

传统产业是工业经济的“基本盘”，焕新升级是关键发力点。“我们将实施传统产业焕新行动，聚焦冶金、化工、轻工、纺织、机械、船舶等领域，分行业研究制定改造提升方案。”李乐成介绍，工信部将同步推进“人工智能+”行动，大力发展智能制造、绿色制造，探索创建一批零碳工厂和零碳园区，推动传统产业实现“老树发新芽”。

针对工业经济稳增长工作，李乐成指出，重点行业和地区工业增加值占工业总量的 80%，是稳住工业经济大盘的核心支撑。“我们将充分发挥重点行业规模大、产业链长、带动性强的优势，深入实施新一轮十大重点行业稳增长工作方案，全力稳定重点行业和重点地区增长态势。”

“十五五”规划建议明确提出要“促进制造业数智化转型”，当前我国制造业数智化转型已取得显著成效。数据显示，我国已累计建成 7000 余家先进级、500 余家卓越级智能工厂，工业互联网应用实现 41 个工业大类全覆盖，全国 5G 工厂数量突破 8000 家，重点工业互联网平台设备连接数超 1 亿台（套）。

李乐成透露，预计 2025 年我国工业互联网核心产业规模将超过 1.6 万亿元，带动工业增加值增长约 2.5 万亿元；其中，具有全球领先水平的百家 5G 工厂平均运营成本降低 19%，数智化转型对工业经济的赋能效应持续凸显。（综编）

## 三部门表彰全国就业与社保先进民企，宁纺、海澜、新凤鸣、魏桥等上榜

民营企业是就业岗位的主要创造者、技能人才的重要培养者、员工权益的直接维护者。1 月 6 日，全国就业与社会保障先进民营企业暨关爱员工实现双赢表彰大会举行，100 家民营企业荣获“全国就业与社会保障先进民营企业”称号，32 家民营企业工会荣获“全国双爱双评先进企业工会”称号，32 名企业家荣获“全国关爱员工优秀民营企业家”称号，32 名员工荣获“全国热爱企业优秀员工”称号。

其中，河北宁纺集团有限责任公司、内蒙古鄂尔多斯投资控股集团有限公司、恒力重工集团有限公司、海澜集团有限公司、新凤鸣控股集团有限公司、福建恒安集团有限公司、华懋（厦门）新材料科技股份有限公司、魏桥创业集团有限公司、海南逸盛石化有限公司、华峰重庆氨纶有限公司、阿克苏华孚色纺有限公司等纺织及相关企业荣获“全国就业与社会保障先进民营企业”称号。

三六一度（中国）有限公司工会委员会荣获“全国双爱双评先进企业工会”称号。圣源地毯集团有限公司祝晓花、青岛雪达集团有限公司王显其荣获“全国热爱企业优秀员工”称号。

魏桥创业集团董事长张波在山东分会场参加会议并作交流发言，他表示，民营经济是高质量发展的重要力量，是稳就业、保民生的“生力军”。多年来，广大民营企业紧密团结在党中央周围，在市场浪潮中勇毅前行，扛起了经济发展的重任，也挑起了民生保障的担子。魏桥创业集团始终坚信，企业的根基在员工，发展的价值在社会。只有把就业这个最大的民生工程做扎实，把员工的合法权益保障到位，把发展成果回馈社会，才能实现“企业发展、员工受益、社会共赢”。

（郝杰）

Scene / 现场

# 破解一线瓶颈，推动科技成果就地转化

高分子材料表界面科学研究与技术应用专题研讨活动在浙江举办

■ 本刊记者 \_ 吕杨

近日，由中国纺织工程学会主办的高分子材料表界面科学研究与技术应用专题研讨活动在浙江温州龙港市举办。活动旨在结合浙江省高分子材料及相关产业的创新发展需求，深入探讨高分子材料表界面科学领域的最新研究进展、关键技术突破与前沿应用趋势，推动学术界与产业界的深度交流与合作。

龙港市科协主席黄开意在致辞中表示，龙港正处于产业转型升级的关键时期，除了传统的优势产业外，还在积极培育和发展新材料等战略性新兴产业。高分子材料作为现代工业的基础，其表界面科学技术直接关系到材料的粘接、涂层、改性及功能化，这不仅是纺织化纤领域的关键技术，更与龙港的印刷包装、新型建材等特色产业息息相关。攻克材料表界面的技术难点，对于提升龙港地区相关产品的附加值、增强企业核心竞争力，具有十分重要的现实意义。

江南大学教授王潮霞在主题为“自适应环境响应智能纺织材料构筑及应用”的报告中，梳理了纺织材料从天然材料时代到智能材料时代的发展历程，重点介绍了光、温湿度、机械力、酸碱度四类响应型智能纺织材料的核心原理、制备工艺、性能特点及应用场景。

武汉纺织大学教授陈凤翔作“纤维表面结构和组分调控及其功能化”报告，重点介绍了纤维材料的发展需求与传统改性方法，以及功能性蚕丝纤维及制品、面向多物理场极端环境的新型芳纶纤维材料、高性能彩色碳纤维及其复合材料三大研究方向的技术方案、性能突破及应用前景。

浙江理工大学教授熊玉兵在题为“新型功能高分子粘合剂设计及性能



会议现场。

研究”的报告中表示，团队围绕新型功能高分子粘合剂设计及性能展开研究，针对传统粘合剂能耗高、VOC 排放、粘接时效短、易发霉残留等痛点，研发出可光加工粘合剂、抗菌超强粘合剂、抗菌荧光粘合剂、可调谐荧光粘合剂四大核心产品，相关技术已获多项发明专利授权，具备联合推广与技术转让潜力。

嘉兴大学副教授韩万里作“微纳米纤维非织造材料制备及其汽车内饰吸音材料开发”报告，其团队围绕微纳米纤维非织造材料制备及汽车内饰低频吸音材料展开研究，成功开发出纳米纤维、木棉纤维复合吸音材料，在汽车发动机 3000 转工况下可实现 17.9dB 的降噪效果（优于市售材料的 11.7dB），且材料轻量化（比传统材料轻 15%—30%），兼具吸音、环保优势，已获 20 余项发明专利授权，可广泛应用于汽车内饰、建筑隔音等领域。

纺织服装周刊  
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

广告

欢迎 订阅 《纺织服装周刊》杂志

国内统一刊号：CN11—5472/TS

扫码填写订阅单

《纺织服装周刊》 576元/年（48期） 12元/期

银行汇款

收款单位：《纺织服装周刊》杂志社有限公司  
开户银行：中国工商银行股份有限公司北京东长安街支行  
帐户：020 005 340 900 461 3464      开户所在地：北京  
征订热线：010-85229026  
联系人：张女士

读者提醒：为了确保及时准确地收到刊物，请您认真填写表格内信息，如有信息变更或收阅杂志出现任何问题，请及时和我们联系，我们将在第一时间解决，感谢您的支持和配合。



# 悦达纺织、华峰重庆氨纶入选全球“灯塔工厂”

1月15日，世界经济论坛公布新一批“灯塔工厂”名单，江苏悦达纺织集团有限公司、华峰重庆氨纶有限公司凭借在智能制造、数字化转型与可持续发展方面的卓越表现，成功入选全球“灯塔工厂”名录，分别成为全球棉纺、化纤行业首家获此殊荣的企业，为行业绿色化、高端化转型树立标杆。

“灯塔工厂”被誉为“世界上最先进的工厂”，由世界经济论坛评选，

## 悦达纺织：从“千人纱”到“工业大脑”

走进悦达纺织绿色智能工厂5万平方米的生产车间，以往纺织行业“千人纱、万人布”的喧嚣杂乱景象不复存在，取而代之的是，432台（套）数字化装备规律运转，41台工业机器人协同作业，32公里智能传输线与AGV运输机器人精准转运物料。通过50余万个数据采集点，工厂将“人、机、料、法、环、信”全要素连接，构建起一个会思考、能优化的“工业大脑”。数据驾驶舱前，技术人员轻触屏幕，即可实时掌控生产线最新数据，实现生产全过程的透明化与智能化管控。“10万锭绿色智能工厂的数字化改造，是一场从理念、思维到业务、管理和模式的系统性革命。”悦达纺织集团党委书记、董事长凌良仲说。

除了引入通用数字化模块，悦达纺织聚焦行业痛点，自主打造了三大特色应用场景，形成差异化竞争优势。在5G全链接工厂内，海量数据通过5G网络实时互通，物料调度如同拥有“智慧感官”；全流程质量追溯系统赋予每锭纱线“数字身份证”，让任何质量问题都能瞬间追溯至源头，推动质量管控由“事后补救”转向“事前预防”；全面移动式管理则将管理中枢装进口袋，管理人员通过手机即可实时接收报警、远程处置，推动各层级管理全面转向数据驱动模式。“就像给工厂装上了‘神经系统’，任何‘疼痛’都能瞬间感知、快速反应。”10万锭智能化工厂厂长高菁形象比喻道。这套自主研发的智能管理体系，构成了悦达纺织独特的核心竞争力。

“灯塔”之光，闪耀于智能，更植根于绿色。数字化改革催生出“黄金效益”，万锭用工从传统模式的55人锐减至15人，降幅高达72%。效率跃升的背后，是绿色实践与智能系统的深度融合。工厂屋顶铺设的分布式光伏系统，将阳光源源不断地转化为绿色电能；配套建设的储能电站，有效平抑能源峰谷波动，助力能源高效利用，年减碳量高达1.58万吨。从生产源头到终端产品，绿色发展理念贯穿始终，研发打造的有机、再生、可循环系列产品，有力彰显“国家级绿色工厂”的硬核实力。



旨在表彰在全球制造业中率先应用第四次工业革命技术、实现生产效率与可持续性双重突破的领军企业。据了解，截至当前，全球灯塔网络已涵盖224座工厂，覆盖30多个国家与40个行业。其中，中国以101家灯塔工厂持续领跑，占比高达45%，彰显了中国制造业在数智化转型浪潮中的卓越实力，也彰显了中国制造业在高质量发展征程中的创新实力与国际影响力。



## 华峰重庆氨纶：从“制造”到“智造”的华丽转身

作为全球领先且是最大的单体氨纶生产的企业，华峰重庆氨纶每期项目的高起点、高要求、高标准、高质量建设，加速其从“生产制造”到“数智质造”的跃迁。

近几年来，氨纶行业面临产能结构性过剩与市场需求快速变化的双重挑战。如何破局？华峰重庆氨纶总经理于志立表示，在不牺牲产品质量、不降低研发投入、且不盲目以低价换取增量的前提下，解决办法就是全面实施数智化赋能。由此，华峰重庆氨纶在高自动化率的基础上，开启了数智化转型的征程。

在技术端，华峰重庆氨纶一边攻克大容量氨纶低耗节能绿色制造技术和创制多头多孔高速高密度氨纶纺丝关键技术，一边又突破大容量高稳定性聚氨酯聚合关键技术，以先进技术驱动智能制造。

在生产端，华峰重庆氨纶通过部署涵盖基于AI的工艺智能控制、虚拟传感、机器视觉、数字孪生、物联网及大数据分析等在内的62项新一代信息与人工智能技术，以新质生产力重塑生产新范式。

在管理端，华峰重庆氨纶会同母公司华峰化学股份有限公司搭建了统一的数据中台，构建了高品质氨纶数据互联分析库，打通了ERP、MES、LIMS等系统，实现“一数之源、全域可视”。与此同时，公司通过大数据分析，精准预测市场需求与库存动态，优化排产计划，大大缩短订单交付周期。

数智技术的有机协同，效果是显著的。2024年与2022年相比，华峰重庆氨纶产能增加62%，但员工人数只提升1%，且员工流失率由17.6%下降到4.5%。此外，劳动生产率提高60%，产品不良率下降35%，设备综合效率（OEE）更由91.3%提升到98.4%。

在追求智能制造、高效生产的同时，华峰重庆氨纶将绿色基因深植生产全流程，树立可持续发展典范。数年前，华峰重庆氨纶投资数千万元，成功实施DMAC溶剂高效回收技改，大幅降低废液排放，显著提升废液回收利用效率。如今，公司又潜心研发回收再利用技术，现氨纶生产过程中的溶剂回收率超过99%，废水排放也远低于国家标准。

华峰集团董事长尤飞宇表示：“华峰重庆氨纶问鼎灯塔工厂，这是集团多年来实施数智化战略的结果，是该公司发展历程中的重要里程碑。这不仅是一份殊荣，同时也是一份责任。它代表着中国制造业向高端化、智能化、绿色化迈进的底气与远见、决心与能力。”[TA](#)

（本版整理 / 郭春花）

# 光影筑梦，融合启新

中国纺织摄影协会第六届第六次理事会在冰城肇画未来

■ 本刊记者\_裴鑫榕

1月11日，中国纺织摄影协会第六届第六次理事会暨“中纺摄影家·新质光影行——走进哈尔滨国际时装周”活动在哈尔滨举行。会议在行业结构调整的关键时期，凝聚共识、谋划未来。来自中国服装协会、北京时尚控股有限责任公司、东方国际集团、江西服装学院、深圳华海达国际服装交易中心、陕西省纺织行业协会等单位的理事及理事代表们共聚一堂。

## 共绘影像赋能产业新蓝图

中国纺织摄影协会副会长、中国纺织工业企业管理协会副会长兼秘书长王水元主持会议并阐述了本次理事会与品牌创作活动联动的意义，会议围绕总结、发展与融合展开。黑龙江省服装鞋帽行业协会会长、红博商业总经理王丽梅回顾了哈尔滨国际时装周的发展历程，并表示期待通过纺织摄影家的镜头和视角，更好地传播哈尔滨时装周的理念和冰雪时尚文化的魅力。

中国纺织摄影协会会长、达利丝绸（浙江）有限公司董事长林平作协会工作报告、财务情况说明。报告系统梳理了协会过去一年在坚持党建引领、搭建跨界艺术平台、打造创新品牌活动、健全多层次人才培养机制、优化融媒体宣传矩阵，以及强化内部规范管理等方

面取得的显著成果。会议审议通过了工作报告、财务情况说明，讨论通过会员发展与服务有关工作；审议并通过了《中国纺织摄影协会与中国纺织工业企业管理协会合并实施方案》。

在交流环节，中国服装设计“金顶奖”获得者、永汇服饰文化（深圳）有限公司艺术总监刘勇，江西服装学院副校长易城，上海市纺织工会、东方国际集团工会宣教部长张智伟，杰恩盛（浙江）科技有限公司董事长邵洪杰等围绕摄影如何服务“新质生产力”与行业高质量发展展开讨论。

## 赋予新使命，激发新动能

中国纺织工业联合会原副会长张延恺对摄影协会成立三十余年来在行业发展中发挥的重要作用予以高度肯定，这是一个有温度、有凝聚力的协会，希望摄影协会在未来合并后，依托中纺企协的优质平台，继续深耕纺



与会代表合影。

织摄影领域，不断焕发新的生机与活力。

中国纺织工业企业管理协会常务副会长杨金纯表示，目前中纺企协正在积极筹备摄影分会，未来将做好服务与传承，让摄影工作“更专业、更美好”。

中国纺织工业联合会副会长、中国纺织工业企业管理协会会长阎岩以“致敬之心”“放心之心”和“信心之心”表达了对协会过往贡献的敬意、下一步将有序稳妥落实合并工作的整体要求，并相信在新的平台上，纺织摄影能够开创更好的未来。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏强调，摄影协会在行业体系内具有不可替代的独特魅力与价值，此次协会结构布局调整并非终点，而是一次开启新征程的起点。这次调整就如从“独立小院”迈入“资源综合体”，在中纺企协这一更广阔的平台上，这支“不一样的队伍”必将链接更多优秀企业家资源，用影像赋能品牌建设，用镜头定格并传播行业之美，让东方美学闪耀世界。

本次理事会的成功召开，为中国纺织摄影事业在新阶段的发展廓清了思路、指明了方向。站在融合创新的新起点，中国纺织摄影协会将继续以光为笔，以影为墨，记录并推动中国纺织服装产业的发展。[TA](#)

# 调研经编及袜业发展，中针协助力海宁针织开好局

1月7—9日，中国针织工业协会会长谢青、副会长李红一行赴浙江海宁，通过实地走访重点企业、召开专题座谈会，调研经编及袜业行业发展现状。

在海宁马桥，调研组与海宁市马桥街道党委书记李振进行座谈。李振介绍，2025年马桥经编产业运行平稳，虽受外部环境影响略有波动，但发展态势稳健，产业布局持续优化。政府高度重视经编产业的发展，在政策扶持、技术创新、产业链协同等方面给与了大力支持，马桥已形成核心竞争力突出的产业集群。面对国际贸易环境变化，企业主动调整经营策略，展现出强劲的应变能力与发展韧性。

随后，调研组走访浙江超达新材料股份有限公司、浙江明士达股份有限公司、海宁市晶森经编有限公司、海宁市红枫针织有限责任公司、华尔科技集团股份有限公司、浙江龙仕达科技股份有限公司等企业，与负责人深入交流，详细了解企业生产经营、技术研发、市场拓展的现状 & 需求。

谢青在调研中指出，经编产业是传统纺织转型与新材料、新装备、新应用领域衔接的关键环节，在交通装备、新能源、文体休闲等新兴领域前景广阔；消费升级催生的个性化、功能性需求，也为

经编产品带来新机遇。针对行业发展形势，他提出三点建议：一是坚持创新驱动，抢占高端赛道；二是强化协同发展，筑牢集群优势；三是拓展内外市场，构建双循环格局。

针对袜业行业发展，谢青指出，袜子作为基础消费品，兼具科技、绿色、时尚与健康属性，是链接新消费、新场景的重要媒介。结合海宁袜业发展现状，他提出四点希望：一是科技强核，聚焦纤维新材料应用、功能性突破及全流程数智化改造，攻克关键核心技术；二是时尚赋能，推动袜品向时尚配饰、个性化表达载体转型，深挖国潮文化与跨界IP价值，将制造优势转化为品牌优势；三是绿色引领，布局再生材料应用、清洁生产及碳足迹管理，对标国际绿色标准与认证体系；四是服务筑基，发挥行业协会桥梁作用，在政策传导、共性技术攻关、人才培养、知识产权保护等方面提供精准服务。

调研期间，谢青应邀参加海宁市马桥商会和马桥经编行业协会2025年会及海宁市袜子行业协会年会。

此次调研深化了协会与行业企业的沟通，为产业发展明确了实施路径。协会将持续发挥桥梁纽带作用，凝聚行业力量，推动科技创新、绿色发展与品牌建设，助力中国针织行业在全球竞争中实现高质量发展。（中国针织工业协会）[TA](#)



答卷十四五  
启程十五五

中国化学纤维工业协会会长陈新伟：

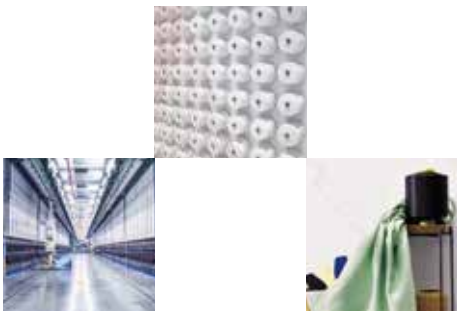
# “三化”引领，书写化纤高质量发展新篇章

■ 本刊记者\_郭春花

作为国民经济与纺织工业的重要支撑，我国化纤工业在过去五年间顶住全球经济波动、贸易格局调整、原材料价格起伏等多重压力，坚持走“高端化、智能化、绿色化”发展道路，实现了质量、效益、规模的协同跃升，以科技创新、绿色转型、产业链协同等多重突破，交出了一份厚重提气的高质量发展答卷。



陈新伟



## 产业优势持续强化，发展韧性进一步提升

“‘十四五’是化纤行业在复杂环境中承压前行的五年。我们始终坚持稳增长与提质量并重，不仅巩固了规模优势，更实现了发展质效的全面提升。”中国化学纤维工业协会会长陈新伟表示。

从产业规模来看，2024 年作为“十四五”收官关键之年，规模以上化纤企业完成营业收入 11666 亿元，自“十四五”以来持续保持在 1 万亿元以上，较 2020 年增长 45.99%，年均增长 9.92%；化纤产量达到 7475 万吨（中国化纤协会口径），较 2020 年增长 24.07%，年均增长 5.54%。2025 年 1 月—11 月，我国化纤产量同比增长 5.03%，占全球化纤总产量的比重超过 75%。

出口市场的亮眼表现印证了行业的国际竞争力。“尽管面临物流受阻、贸易壁垒等不利因素，但我们通过产品升级、品质提升，让‘中国制造’的化纤产品在全球市场站稳脚跟。”陈新伟介绍，2024 年我国化纤总出口量达 665 万吨，较 2020 年增长 42.65%，年均增长 9.29%。

原料自主保障能力的提升为产业安全筑牢根基。“十四五”期间，我国化纤工业主要原料自给率大幅提升，对二甲苯（PX）、乙二醇（EG）等供应稳定，己二腈打破国外垄断，进口依赖显著降低；对苯二甲

酸（PTA）实现自给后快速拓展国际市场，2024 年出口量达 442 万吨，较 2020 年增长 421.68%，年均增长 51.13%。

产业布局的协同优化让发展更具后劲。国内层面，东部沿海地区聚焦高端化、绿色化、智能化升级，浙江、江苏、福建三省化纤产能占比近 90%，形成技术密集型产业集群；中西部地区依托资源优势承接东部产能转移，建设全产业链一体化基地。国际层面，依托“一带一路”，中国化纤企业加速海外布局，拓展东南亚、中东、欧洲等市场，提升全球资源配置能力。

产业结构的不断完善更让行业发展活力倍增。目前，行业常规纤维品质不断提升，差异化、功能化产品不断涌现；高性能纤维、生物基化学纤维、可降解纤维等纤维品种不断丰富，形成了以龙头企业为引领，中小企业专精特新、快速响应的产业矩阵。陈新伟介绍，2024 年涤纶长丝、粘胶短纤、氨纶等细分领域集中度显著提升，CR6、CR3、CR5 分别达到 65%、70%、75% 以上，行业拥有世界 500 强企业 4 家，中国 500 强企业 16 家。龙头企业凭借研发实力、智能化水平和市场话语权引领行业发展，中小企业则在细分领域深耕细作，形成了层次丰富、结构稳固的“中心企业 + 外围企业”新型产业结构。

## 科技创新稳步推进，核心动能持续增强

化纤行业是技术密集型产业，科技创新是高质量发展的核心驱动力。“十四五”期间，化纤行业始终把科技创新摆在核心位置，实现了从“跟跑”到“并跑”再到部分“领跑”的跨越。

“十四五”期间，化纤行业产业结构持续优化，常规纤维品质稳步提升，差异化、功能化产品迭代提速，高性能纤维、生物基化学纤维、可降解纤维等新品种不断丰富。功能性纤维材料技术升级成效显著，超细旦、阻燃、抗菌、相变调温等制备技术持续优化，专精特新企业深耕技

术攻坚，成为行业创新的重要力量；高性能纤维技术实现跨越式发展，碳纤维、芳纶、超高分子量聚乙烯纤维等总产能占全球比重超三分之一，整体技术达国际先进水平，中复神鹰、光威复材、吉林化纤等龙头企业攻克核心技术，实现 T1000 级、T1100 级等碳纤维关键突破，推动湿法 T700 级碳纤维应用于航空领域，T800 级碳纤维完成产业化生产。

智能制造的推进为行业注入新活力。行业初步构建起“智能装备 + 工业互联网 + 绿色标准”三位一体的智能制造体系。陈新伟介绍，目前行

业数字化研发设计工具普及率达 85%，关键工序数控化率超 70%，全自动化生产系统广泛应用，生产效率、产品质量与创新能力大幅提升，龙头企业与科技企业深度合作的工业互联网协同创新模式，为全球化纤数字化转型提供中国方案。以桐昆集团为例，企业打造了“桐昆大脑”数智运营中心，打通全价值链数据链路，人效、产值均提升近 30%，获评国家智能制造示范工厂等多项国家级称号，还将 AI 嵌入核心流程，探索其在生产各场景的应用，实现从“制造”向“智造”的深度蜕变。

## 绿色转型成效显著，低碳发展行稳致远

践行“双碳”目标，推动绿色低碳发展，是“十四五”时期化纤行业最鲜明的发展特征。五年来，行业将绿色发展理念贯穿生产经营全过程，构建了全链条、系统化的绿色发展体系，取得了一系列标志性成果。

循环再利用、原液着色、生物基等绿色纤维品种占比持续提升，绿色纤维及制品认证推动行业发展。盛虹集团研发的碳捕集聚酯技术为全球首创并实现产业化，斩获“2024 年国际纺联可持续和创新奖”；浙江佳人、新乡化纤、丝丽雅、安徽新登利、佩浦科技等企业各展所长，推出自主创新技术成果，持续推动循环再利用化纤行业技术升级。目前，行业化学法再生路线已实现产业化落地，生物法再生路线稳步推进，高品质瓶片纺再生涤纶获得市场广泛认可，涤纶、锦纶、氨纶等品类的循环再利用产业化规模也在逐步扩大。生物基纤维产业蓬勃崛起，产品与应用水平持续提升，赛得利、安徽丰原、伊品生物、利丰生物、新凤鸣、德福伦等企业加大技术攻关，推动莱赛尔纤维国产化降本增效，聚乳酸纤维品质稳步改善，生物基尼龙品种不断丰富，PEF 纤维实现国产化突破等。

能耗与碳排放管控取得实质性进展。单位产品综合能耗持续下降，聚酯单位产品综合能耗下降 5.5% 左右，熔体直纺 POY（纺丝部分）能耗下降 16.6% 左右；能源结构低碳化进程加快，2020—2022 年，行业产量增长的同时，煤炭消费量同比负增长 6.13%，天然气和外购电力消费量分别增长 11.11% 和 11.56%，光伏装机量、生物质燃料消耗量逐年增长；单位产品碳排放量显著降低，2022 年化纤单位产品碳排放强度较 2020 年下降 10.36%。

节能减排技术的推广应用全方位赋能绿色发展。PTA+ 聚酯涤纶一体化、己内酰胺 + 聚酰胺切片一体化等化工—化纤产业链耦合项目实现减污降碳协同增效；循环再利用涤纶长丝瓶片直纺工艺、氨纶多头纺丝产业化进程加快，双层卷绕头纺丝技术、卷绕头动能回收等技术改造提升了清洁生产水平；多种余热利用回收、清洁能源替代、空压系统优化等公用工程技术广泛应用。

绿色制造体系的完善为行业发展提供了标准支撑。截至 2024 年，69 家化纤企业获评国家级绿色工厂；清洁生产、取水定额、绿色工厂、绿色设计产品标准或文件体系基本覆盖化纤各大类纤维品种；聚酯涤纶、氨纶和维纶等节水型企业行业标准发布实施；《温室气体排放核算与报告要求第 47 部分：化纤生产企业》《温室气体产品碳足迹量化方法与要求 化学纤维》等国家标准的发布，为“双碳”工作奠定了坚实基础。



## 品牌人才双向赋能，价值提升成效彰显

“‘十四五’期间，我们实现了从‘规模优势’向‘价值优势’的全面转变，这背后离不开品牌建设 with 人才培养的双向赋能。”陈新伟表示，品牌与人才是行业高质量发展的重要支撑，五年来，行业在这两个方面持续发力，取得了显著成效。

品牌建设稳步推进，行业影响力持续提升。在中国国际纺织纱线展览会、中国纤维流行趋势、中国纤维品牌联动创享汇、纤维之路等活动的引领下，依托标准体系与平台创新，中国纤维市场竞争力不断增强。“中国纤维流行趋势已成为全球纤维新产品研发的风向标，五年间 550 余家企业申报，涵盖 900 多个纤维产品，多数企业建立了自身品牌体系。”陈新伟介绍，通过《中国纤维品牌评价指标体系团体标准》的建立，行业形成了纤维品牌库，13 个优秀纤维品牌入库；“千禧杯”服装设计大赛等活动，让纤维品牌及功能作用在服装设计领域广泛传播，为产业链深度合作提供了更多契机。通过品牌建设，让“中国纤维”更具含金量，也让行业在全球价值链中的话语权不断提升。

人才培养体系不断完善，为行业发展注入活力。行业形成了“院校—协会—企业”三维人才培养网络，通过行业协会打造全国纺织复合人才高级培训班、龙头企业与高校共建定向培养项目，推动产业链复合管理人才和实用型人才培养。陈新伟表示，随着行业发展，新生代企业家占比提升至 35%，他们积极主动企业研发投入和智能化转型，为行业发展带来了新思维、新活力。

## 锚定“十五五”新程，化纤发力五大方向

展望未来，陈新伟表示：“‘十五五’是化纤行业实现质的有效提升和量的合理增长的关键时期，我们将立足新阶段、锚定新目标，以高质量发展为主线，启动产业升级新程。”

谈及“十五五”发展方向，陈新伟表示，行业将重点围绕五大方向发力：一是筑牢优势，建设完整、先进、安全的现代化产业体系，巩固全球竞争优势；二是创新驱动，以突破前沿技术、培育新质生产力为核心，持续攻关高性能、功能性、差异化材料，强化高端化、多样化产品供给能力；三是数字技术赋能，全面推动智能制造转型升级，提升生产效率与柔性化水平；四是加快绿色低碳转型，构建可持续发展体系，力争在碳减排、循环利用等方面取得更大突破；五是品牌人才驱动，培育具有国际影响力的行业品牌以及高层次创新人才与技能型人才，助力产业向全球价值链中高端稳步攀升。

“‘十四五’的成绩来之不易，是全行业共同努力的结果；‘十五五’的征程充满机遇与挑战，需要我们以更大的决心、更实的举措、更强的合力奋勇前行。”陈新伟表示，中国化学纤维工业协会将继续发挥桥梁纽带作用，搭建技术交流、市场对接、信息共享、人才培养等平台，为企业发展提供精准服务，与全行业一道，以实干笃行谱写化纤工业高质量发展的新篇章，为国民经济高质量发展、为纺织工业强国建设提供更加强有力的支撑。TA



答卷十四五  
启程十五五

中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅：

中国产业用纺织品升维为“全球创新伙伴”

本刊记者\_李亚静

从医疗防护到航空航天，从深海工程到环保过滤，一项项技术从实验室走向生产线，一个个产品从中国走向世界。在时代的经纬中，中国产业用纺织品行业正以坚韧与创新织就一幅高质量发展的壮阔图景。值此“十四五”规划收官、“十五五”规划启航的关键节点，《纺织服装周刊》对中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅进行了专访，深度解析“十四五”发展成果，展望“十五五”发展路径。



李桂梅

▶ 经济运行稳中趋缓，生产和出口保持稳定

**TAweekly**：请谈谈 2025 年产业用纺织品行业的整体运行情况。

**李桂梅**：2025 年，我国产业用纺织品行业经济运行稳中趋缓，行业生产和出口保持稳定，盈利能力依然承压。

根据国家统计局数据，2025 年 1—11 月规模以上企业的非织造布产量同比增长 6.8%，帘子布产量同比下降 0.4%；产业用纺织品行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比下降 1.3% 和 5.3%，

营业利润率为 4.0%，同比下降 0.2 个百分点。

根据中国海关数据，2025 年 1—11 月我国产业用纺织品行业的出口额为 386.3 亿美元，同比增长 1.7%；行业进口额为 49.9 亿美元，同比增长 3.8%。从出口目的地来看，目前美国、越南、日本是我国产业用纺织品前三大出口市场；我国对共建“一带一路”国家出口产业用纺织品价值 234.3 亿美元，同比增长 4.2%，占我国产业用纺织品出口总额的 60.7%。

▶ 行业发展量稳质升，多维度实现重大突破

**TAweekly**：“十四五”以来，中国产业用纺织品行业取得了哪些主要发展成果？

**李桂梅**：“十四五”期间，我国产业用纺织品行业实现了规模、质量、技术创新等多维度的重大突破，成功书写了一份“量稳质升、多维突破”的优异答卷。在企业成长、科技创新、智能制造、绿色发展以及标准化建设等方面，不断突破自我，成果丰硕，为我国纺织行业的高质量发展奠定了坚实基础，也为全球产业用纺织品行业的发展贡献了中国智慧和力量。

从总量数据看，2024 年，我国产业用纺织品行业纤维加工量达 2138.4 万吨，非织造布产量 856.1 万吨，“十四五”期间的复合年均增长率分别为 3.3% 和 1.4%；2024 年我国产业用纺织品行业的出口额达到 413.4 亿美元，非织造布出口量 151.6 万吨、出口额 40.4 亿美元。当前，我国产业用纺织品行业的主要产品产量与出口额均占全球 30% 左右。

企业成长方面，行业通过专注于安全防护、过滤、医疗卫生、特种纺织品等高端领域，显著提升了行业集中度和竞争力。工业和信息化部公布的前六批专精特新“小巨人”企业中，产业用纺织品行业共 110 家企业入选，占纺织行业的 37.4%；在前八批

单项冠军产品企业中，41 家来自产业用纺织品行业，占全纺织行业的 38%。

科技创新方面，“十四五”期间行业重点领域科技成果不断涌现，服务国家重大战略的能力显著提升，非织造布类专利 16500 件，其中发明专利 7931 件。预成型体立体编织技术取得重要进展，显著提高航空航天用复合材料的性能和生产效率；大型系泊聚酯缆绳应用于深海油气田作业平台建设，创造了我国海底管线铺设水深新纪录；袋式除尘技术向更高效率、更低排放发展，向高温、高腐蚀、复杂工况应用拓展；膜式氧和器用中空纤维制备取得重要进展，国产人工血管已取得医疗器械注册证并应用；闪蒸法非织造布实现国产化，解决了我国高端个体防护和医用包装领域长期的“卡脖子”问题；静电纺丝技术快速迭代，在过滤、能源和航天领域得到应用。

同时，行业创新平台力量得到加强，行业已有国家企业技术中心 20 家、国家级工业设计中心 9 家、国家技术创新示范企业 7 家、国家重点实验室 2 家、国家级研究中心 1 家、国家级技术中心 1 家。

智能制造方面，行业骨干企业持续进行设备及工艺升级，在关键环节数字化、网络化改造、

先进数字设备应用、在线监测系统、智能仓储物流系统、先进制造及管理软件等方面加快落地。“十四五”期间，10 家行业企业入选工信部智能制造工厂揭榜单位、优秀场景和工业互联网试点示范项目，3 家企业入选工信部智能制造新模式应用项目，2 家企业入选工信部新一代信息技术工业互联网平台创新领航应用案例。

绿色发展方面，行业积极贯彻落实国家“双碳”战略目标要求，推进行业绿色发展。目前，产业用纺织品行业已有 64 家企业获评工信部“绿色工厂”示范企业称号。为倡导绿色消费理念，行业于 2021 年开始开展“可生物降解”“可冲散”等认证工作，截至 2025 年底，共有 35 家企业的 60 个认证单元通过“可生物降解”认证，8 家单位的 9 个认证单元通过“可冲散”认证。

标准化建设方面，同样成果丰硕。2024 年，全国产业用纺织品标准化技术委员会（SAC/TC606）成立，为标准化工作提供了重要平台。截至 2025 年末，行业共有国家标准 71 项（含 1 项职业标准），行业标准 84 项，团体标准 40 项。《水利非织造布及制品 生物降解非织造布》入选工信部“2023 年团体标准应用示范项目”；《工业烟尘超低排放用滤袋技术要求》团体标准入选工信部“2024 年团体标准应用推广典型案例”。

**TAweekly**：您认为“十四五”时期行业实现高质量发展的驱动因素有哪些？

**李桂梅**：行业能实现“十四五”高质量发展，核心在于政策支持、技术创新、产业结构调整与升级、质量控制与品牌建设、绿色发展与可持续性、人才培养与团队建设等多方面因素的协同发力。

例如，《关于产业用纺织品行业高质量发展的指导意见》《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025 年）》等政策为行业定向领航，明确了行业高端化、智能化、绿色化发展路径；“专精特新”“单项冠军”等培育计划，加速了优质企业成长，形成了“政策引导+区域协同”的发展格局。

创新驱动是关键引擎。一方面产学研深度融合突破技术瓶颈，另一方面创新平台体系不断完善，为技术转化提供了“孵化载体”。智能化与绿色化转型则为行业注入“新动能”。此外，国内外市场需求双向拉动也不可或缺。国内医疗健康、应急防护、新能源等领域需求升级，带动医用非织造布、滤袋、土工布等产品放量；海外市场方面，我国产业用纺织品凭借性价比优势，出口覆盖全球主要经济体，成为全球供应链重要支柱。

▶ 产业优势筑基强体，升维“全球创新伙伴”

**TAweekly**：请谈谈中国产业用纺织品行业在国际市场的地位与形象发生了哪些变化？

**李桂梅**：在“十四五”期间，我国产业用纺织品行业不仅在国际市场上实现了从“规模领先”到“质量引领”的跨越，而且通过科技自主创新 and 产业结构调整，成功地将国际形象从“低成本供应商”升级为“全球创新伙伴”。

当前，全球经济与政治不确定性与不稳定性加剧，全球供应链在地缘政治冲突加剧、贸易保护主义抬头等因素影响下，稳定性受到挑战。我国是全球最大的产业用纺织品出口国，凭借完整的产业链配套能力、持续的技术研发投入，行业主要产品在国际市场中的竞争力稳步提升。2024 年以来，国际市场需求逐步回暖，根据中国海关数据，2024 年我国产业用纺织品行业的出口额为 413.4 亿美元，同比增长 6.7%，扭转了自 2021 年以来连续三年出口下滑的趋势。

具体到产品方面，我国生产的袋式除尘滤袋，因其在高温和高腐蚀工况下的卓越适应性，成功

出口至欧美、东南亚等市场；土工布产品也应用于多个国际项目，成为“中国建造”的一张闪亮名片。

从技术话语权看，2021—2025 年，ISO/TC 221 发布 16 项土工合成材料相关国际标准。中国作为 P 成员国、中产协作为国际标准化组织土工合成材料技术委员会（ISO/TC 221）国内技术对口单位，积极组织国内企业和专家参与国际标准化工作。2024 年在山东泰安召开了 ISO/TC 221 第 21 届全体会议和国内技术对口工作组会议，提出多项新工作提案，国际标准参与度显著提升。

从企业竞争力看，中国企业开始跻身全球第一梯队。此前全球非织造布 10 强企业以欧美为主，如今浙江金三发集团有限公司进入全球销售额第 8 位，另有 7 家企业进入前 40，产品从传统非织造布延伸至纳米纤维过滤材料、高性能土工复合材料等高端领域，在全球产业链中的“不可替代性”显著增强。

▶ 布局“十五五”，形成融合发展新格局

**TAweekly**：“十五五”规划的开局之年，您认为产业用纺织品行业将面临哪些重要发展机遇？行业企业将如何布局、抢占未来制高点？

**李桂梅**：可以说，“十四五”时期产业用纺织品行业在科技进步、标准化建设等方面的扎实积累，为“十五五”时期的高质量发展奠定了坚实基础。随着科技自主创新、标准体系完善、AI 技术渗透和绿色转型等核心任务的深入推进，行业将迎来从规模扩张向质量效益升级的质变，在战略地位、技术能级、产业生态和国际影响力等方面实现全方位跃升。

“十五五”期间，科技自主创新将成为行业突破发展瓶颈、构筑竞争新优势的核心引擎，推动产业用纺织品从“跟跑”“并跑”向“领跑”跨越。

在基础研究领域，行业将构建起支撑战略产品开发与重大工程应用的协同攻关体系，打破关键技术“卡脖子”困境。围绕高性能纤维、复合材料、生物基材料等核心方向的基础研发投入将持续加大，逐步形成从基础理论突破到应用技术研发的完整创新链条，有效支撑航空航天用高性能织物、植入式医用纺织品等战略产品的自主开发，摆脱对外部技术的依赖。

关键共性技术的集中攻关将显著提升行业整体技术水平。通过聚焦产品综合性能优化、工艺装备稳定性提升等核心需求，行业将在生产过程的节能减排、效率提升等方面取得实质性突破，

既满足高端领域对产品性能的严苛要求，又通过技术迭代降低生产成本，形成“高端引领、中端提质”的良性发展格局。

标准体系的完善将成为“十五五”期间行业高质量发展的“导航仪”，推动产业发展从“规模导向”向“标准引领”转变。先进标准的研制将实现与国际前沿技术的同步接轨，推动先进科技成果快速转化应用，实现“标准先行、技术跟进”的发展模式。

人工智能与数字化技术的全面应用将重构产业用纺织品行业的生产模式与价值链，推动行业进入“智能智造”新阶段，实现生产效率与产品质量的双重提升。

在“双碳”目标引领下，绿色制造与绿色消费的深度融合将重塑行业发展逻辑，推动产业用纺织品行业实现可持续发展。

在技术创新、标准升级、数智转型与绿色发展的多重驱动下，产业用纺织品行业将紧扣新基建、“健康中国”等国家战略，在康养医护、新能源装备、海洋工程等新兴领域实现突破，形成多领域融合发展的新格局。

总体而言，“十五五”期间的产业用纺织品行业，将通过科技创新筑牢核心根基、以标准体系规范发展路径、数智化升级激活发展动能、绿色低碳实现可持续发展，为“纺织强国”建设贡献更多力量，在全球产业格局中占据更加重要的地位。**TA**







答卷十四五  
启程十五五



中国纺织机械协会会长顾平：

## 中国纺机业从规模引领迈向价值跃升

■ 本刊记者 袁春妹



顾平

“‘十四五’时期是中国纺织机械行业发展的关键转型期。”中国纺织机械协会会长顾平表示，“五年来，中国纺机业在全球产业格局深度调整、国内‘双碳’目标与数字化转型浪潮的双重驱动下，突破规模扩张的传统路径，在技术创新、产业升级、市场拓展等方面实现了系统性变革，从全球产量第一迈向高质量发展的新阶段，为纺织工业现代化筑牢了装备根基。”

### ► 规模质量同步提升，行业发展稳健向好

“十四五”期间，中国纺机业顶住疫情冲击、贸易摩擦等多重压力，营收与利润总额稳定增长，发展韧性凸显。

顾平介绍，“十四五”前四年，规模以上纺织机械企业营收、利润总额平均增速较“十三五”分别提高 6.76、4.25 个百分点，年均资产总额同比增长 25.29%。2024 年规模以上纺机企业营收达 1200 亿元，资产总额突破 1500 亿元，行业规模迈上新台阶。

市场端，国产纺机国内主导地位持续巩固。“十四五”期间国产设备国内市场占有率稳定在 75% 左右，高端装备关键技术件国产化率突破 50%，产品供给从“满足供给”向“高质量供给”

转型。进出口结构持续优化，年均出口额 48.93 亿美元，较“十三五”增长 32.71%。自 2019 年起，我国纺机产销量稳居全球第一，当前出口额占全球约 30%，已成为全球纺织装备制造的核心基地。

产业结构调整成效显著。头部企业延伸产业链、强化服务能力，中小企业聚焦细分市场走特色化发展道路，形成“大企业引领、中小企业协同”的产业生态。“数改智转”成为行业共识，从单机自动化、智能化到“黑灯工厂”建设，为纺织产业高效生产提供核心支撑。顾平表示，青岛世纪海佳、太亚洲、常熟纺机、重庆金猫等一大批纺机企业加快智造升级步伐，彰显行业发展新动能。

### ► 技术创新突破瓶颈，国产化替代成果丰硕

“十四五”期间，中国纺机行业关键核心技术创新成果丰硕，多项“卡脖子”技术实现国产化替代，技术创新从“跟跑”迈向“并跑”“领跑”。

近五年，国产设备持续攻坚高端领域，一批具有国际先进水平的新产品、新技术涌现：单线单釜年产 5 万吨的莱赛尔纤维成套装备、全国产自主可控的大丝束碳纤维生产成套装备，800 米/分的纺熔非织造布设备（纤维细度达 1.0—1.5D），120000 转/分全自动转杯纺纱机，以及高效柔性染整装备，绿色低碳节能降耗装备、废旧纺织品回收处理装备和持续迭代的纺织智造工厂等，引领行业生产模式变革。顾平表示，这些技术产品不仅彰显了纺机行业创新能力，更成为纺织行业乃至航空航天、新能源等战略性新兴产业的重要支撑。

“这些突破得益于行业创新生态的完善。”顾平说，仅“十四五”前四年，行业重点企业累计获得授权发明专利 1440 项，实用新型专利 4130 项，外观设计 232 项，多款新品斩获国家科学技术奖和“纺织之光”中国纺联科技进步奖。“发明专利数量快速攀升，这是创新质量的体现。”他提到，协会多年来也在大力推进行业平台、联盟建设，助力行业创新，涵盖企业、高校、科研机构等各类主体，形成了“创新链—产业链—价值链”的深度融合。

“唯有坚持创新，才能在激烈竞争中站稳脚跟、筑牢中国纺机的核心优势。”顾平说。

### ► 标准体系日趋完善，支撑产业稳步发展

标准是产业发展的技术基石，“十四五”期间，中国纺机行业标准体系持续健全，国际化水平显著提升，为高质量发展提供重要保障。

“十四五”期间，纺机标准类别由 11 大类扩展至 13 大类，新增智能制造和绿色制造两大重要领域。截至 2025 年 9 月底，运行的国家标准 143 项、行业标准 466 项，标准总数达 609 项。其中，一批具有开创性意义的标准相继出台，填补行业空白。首次制定的纺织装备互联互通与互操作系列标准，从顶层设计层面解决了智能装备信息互通的技术瓶颈；行业首个自主研发的术语标准 GB/T 44870-2024《纤维碳化生产成套装备的术语、分类及型号编制方法》，为高性能纤维装备标准化发展与技术进步提供重要支撑。同时，标准国际化步伐加快，提升了中国纺机标准国际话语权。

团体标准的发展为行业创新提供灵活支撑。2021 年组建的中国纺织机械协会标准化技术委员会，截至 2025 年 9 月底已发布团体标准 5 项（1 项转国标计划），在研 6 项，聚焦科技成果转化，满足了行业对“创新性、先进性”标准的需求，形成了国标、行标与团标协同发展的多元化标准体系，逐步构建行业协同发展的“创新—标准—产业”全链条生态。



“十四五”期间，中国纺机行业关键核心技术创新成果丰硕。

### ► 机遇挑战并存，行业转型任重道远

“尽管‘十四五’期间中国纺机业成就显著，但仍面临诸多挑战，考验行业应变与发展智慧。”顾平表示。

“外部，疫情冲击、贸易摩擦、关税壁垒等持续带来不确定性。内部，结构性过剩，量质与规模效益失衡，产品全生命周期管理不完善及高端人才短缺等，制约行业高质量发展。”基于这样的发展环境，顾平表示，市场端行业需主动适配需求变化，聚焦存量升级、新疆政策红利和新兴产业发展等，强化柔性制造；技术端需借助前沿新技术，提升产品可靠性与原创性，推动产品从“能用”向“好用”“耐用”升级。

收官“十四五”，展望“十五五”，随着纺织行业向创新驱动转型，纺机行业发展空间更广阔。“行业协会将持续发挥桥梁作用，在新的发展阶段，兼顾国家战略要求与行业发展实际，明确发展路径；深化产学研用协同创新，培育良好创新生态；加强行业自律，引导企业良性竞争，高效布局国内国际两个市场。”顾平表示，未来中国纺机业需以“优化传统产业+壮大新兴产业”为引领，以科技创新为路径，以质量提升为关键抓手，以绿色智能为发展方向，从全球纺织装备的“主力军”成长为“引领者”，为中国纺织业的现代化转型与全球纺织产业可持续发展作出更大贡献。TA





柯桥纺织企业着力构建“多点做专、高质分工”的新型发展模式。

## 从“单点做全”迈向“专精协作” 柯桥纺织破局“内卷”

■ 本刊记者\_王耀祖 文/摄

近年来，“内卷”成为使用频率较高的一个词汇，成为非理性竞争或“被自愿”的代名词。在商业与经济、教育、社会文化等不同领域中，同质化竞争、内耗、无序化竞争等一系列“内卷”式词语不断涌现。如何打破“内卷”的桎梏，推动各领域向更高质量、更可持续的方向发展，已成为当前社会需要共同面对的重要课题。

面对当前普遍存在的同质化竞争与“内卷化”困境，柯桥纺织企业正积极推动发展模式转变——从以往“单点做全、同质竞争”转向“多点做专、高质分工”的新格局。这一转变不仅有助于企业实现多元化发展与专业深耕并进，更能有效破解“内卷式”竞争所带来的低质循环，推动行业向价值提升和可持续发展迈进。



近日，《纺织服装周刊》记者通过走访柯桥的纺织企业发现，为破解同质化竞争困局，柯桥纺织企业深耕细分领域进行多品精研，以专业化构建技术壁垒；重塑供应链实现敏捷协同，快速响应市场变化；并积极推动内外销市场联动，开拓增长新空间，多方面共同跃进，着力构建“多点做专、高质分工”的新型发展模式。

### 多品精研，实现产品专深化

柯桥作为全球知名的纺织品集散地，面料品类齐全既是其产业优势，也带来了同质化竞争的挑战。面对这一局面，许多企业不再局限于单一品类，而是积极拓宽产品线，寻求差异化发展路径。

面对行业中普遍的模仿与趋同，位于联合市场“精品服装面料展示洽谈专区”的润秋纺织选择的是一条“以深度定制破解广度同质”的路径。其具有覆盖男装、女装、时装的全品类产品生产的能力，并非简单的产品线扩张，而是构建了一个能够快速响应多元化、个性化需求的柔性开发体系。这意味着，其竞争力不在于拥有某款“爆款”面料，而在于能够为不同品牌客户精准提供从材质选择、功能整合到外观设计的一体化解决方案。

“在2020年左右，我们判断市场的竞争会越来越激烈、客户的审美会更加多元化，单纯依靠现货和常规品类难以维持企业运行。”润秋纺织总经理邱瑞庆解释道，“因此，公司

决心将‘深度定制’确立为核心战略。我们看到，下游品牌方也面临着终端消费者对个性化、功能性和快速上新迫切需求的冲击，他们需要的不仅是一块面料，而是能为其具体产品系列赋能的一站式研发支持。”

据了解，凭借其深度定制的核心战略，润秋纺织已成功在多个细分市场建立起专业口碑。其女装系列面料凭借出色的时尚感和创新设计，深受日本、欧美等地中高端品牌的青睐；而男装面料则以优异的质感、功能性和工艺细节，稳定供应于对品质要求严苛的日韩及欧美市场。润秋纺织所构建的柔性开发与一体化解决方案，已能灵活适应不同市场风格的差异化需求，真正实现了“全品类精耕”，使其在广泛的客户群体中确立了不可替代的价值。

润秋纺织并非单纯覆盖多品类面料，而是在男装、女装等每个细分赛道内，深入钻研特定场景下的面料功能、美学风格与工艺细节，形成超越同行的专业壁垒。在品类齐全的基础之上，企业通过深度专业化、服务方案化来重塑核心竞争力。

### 小单快反，实现响应敏捷化

近年来，随着市场需求日益多元、变化加速，以小批量、多批次、快反应为特点的“小单快反”模式再度兴起。柯桥许多面料企业借此构建起内部高效协同体系，通过打通订单、生产与供应环节，显著提升了市场应对速度与供应链弹性。

在柯桥纺织企业探索“小单快反”模式时，翔达纺织提供了一个实践样本。位于东市场的翔达纺织自创立起便锚定户外运动面料这一垂直赛道，构筑了涵盖20大系列、300余个品种的专业产品矩阵，从基础速干面料到满足极限环境的高性能登山布，形成了对户外运动细分市场全方位覆盖的能力。

翔达纺织之所以能高效践行“小单快反”，源于其庞大而精深的产品研发体系。“我们并非被动等待订单，而是以前瞻性的研发将功能性（如排汗速干、防风防水）与美学性（如特定提花、压花纹理）进行现货储备。”翔达纺织销售经理林洋聪解释道，“当客户提出骑行、登山等特定场景的需求时，我们能够调用、匹配并微调部分适合现货工艺参数，在极短

时间内提供高度定制化的面料解决方案。”

“小单快反”模式在优化翔达纺织销售体系的同时，也重塑了其内部运营。该模式促使其研发端敏捷响应市场，确保创新高效转化；推动生产端进行柔性化改造，以实现快速换产与精益生产；同时显著降低了库存与资金端的积压风险，加速了整体周转效率。最终，企业凭借长期积累的专业深度，构建起与客户协同开发、快速响应市场的核心能力，从而在动态竞争中建立起更稳固的竞争优势。

翔达纺织的案例，是“小单快反”模式下积极转型的缩影。把“小批量”转化为“高价值”，把“快反应”固化为“硬实力”，为众多寻求转型的企业提供了一个清晰启示：真正的敏捷，源于专业沉淀，并最终服务于客户更深层、即时需求。

### 内外并拓，实现市场一体化

“十四五”时期，我国大力推进国内国际双循环相互促进的新发展格局；迈向“十五五”，这一战略持续深化，进一步做强国内大循环的同时，畅通国内国际双循环。在此背景下，柯桥纺织企业主动将自身发展融入国家双循环体系。对内，通过深耕市场、加强产品创新，持续巩固内需基础；对外，则依托产业集群与窗口优势，积极拓展全球市场渠道，增强国际竞争力。

绍兴安勃进出口有限公司深耕国际纺织外贸赛道，以海外市场为核心战略方向，专注经营阿妮妮丁面料、阿拉伯大袍专用面料等核心品类，产品兼具质感与地域适配性，精准契合东南亚、中东地区的消费需求与文化特色。凭借稳定可靠的产品品质、精准的市场定位以及高效的供应链服务，公司产品远销印度尼西亚、孟加拉国、摩洛哥等多个国家和地区，在目标市场积累了深厚的客户基础与良好口碑。

安勃进出口总经理陈凯丽在谈及公司战略时表示：“长期以来，外销业务一直是我们的立业之本与核心优势，绝大多数产品也主要面向国际市场。但在深耕海外市场的过程中，我们也逐渐意识到国内市场的巨大潜力。于是我们开始思考：为什么不能在巩固外销基本盘的同时，积极开拓内销渠道，实现覆盖内销外销的发展格局？”

因此，陈凯丽在持续夯实外销优势的基础上，着力打造了元缙纺织，以此为核心构建起“生产—内销”紧密协同的支撑体系。元缙纺织作为核心生产与内销载体，拥有完善的生产供应链、成熟的品控流程及丰富的国内市场运营经验，内销业务聚焦国内细分市场需求，主打高性价比、个性化的面料产品。

无论是通过深度研发构建响应能力，还是以内外协同开拓市场空间，应对同质化竞争的关键本质都是将企业的专业积累转化为应对变化的韧性。柯桥纺织企业正是在这样的实践中，逐步锤炼出自身的系统韧性——不追求一时规模，而专注持续价值；不困于同质红海，而敢于向细分深处扎根。







# 以功能性新材料赋能美好生活

专访绍兴喜能纺织科技有限公司总经理张娜

■ 本刊记者\_王利 文/摄



张娜

在纺织产业价值链加速重构的今天，纤维新材料日益成为推动产业高质量发展的关键支点。作为“托在一块布上的城市”，绍兴柯桥的魅力早已不止于布，越来越多以科技创新为驱动的本土新材料企业崭露头角，不断重塑柯桥纺织的科技内涵与增长逻辑。绍兴喜能纺织科技有限公司作为专注功能性差别化纤维纱线的专业研发生产商，正是其中的典型代表。

喜能纺织成立于2014年，是一家以研发为主导的科技型创新企业。十余年来，公司不断推进纤维新技术创新，将纺织产品开发的起点从纱线追溯至功能母粒与纳米粉体，把健康、智能、环保等现代消费需求编织进材料基因，致力于成为下游纺织企业的纤维应用顾问，以功能性新材料赋能人们美好生活。

## 缘起：一场“产学研用”融合的落地转化

走进喜能纺织的展厅，各种功能各异的纤维样品琳琅满目：触摸即感冰凉的玉石冰凉纤维、能促进血液循环的远红外发热纤维、美容养肤的胶原蛋白纤维……这些看似普通的纤维，每一束都蕴含着科技的奥秘。创始人张娜回忆起创业的起点，眼神中仍闪烁着当初的那份坚定。

“喜能纺织成立之前，我就职于一家面料企业，每天与客户打交道，深切感受到市场需求正在发生深刻变化。”张娜注意到，下游客户对纺织品的需求已不再局限于基础的花色和质地，而是越来越多地追求健康、舒适、环保甚至智能化等功能特性。从纺织材料专业毕业的张娜，在大学时期就参与过新型功能材料的研发，面对市场需求与创新技术，一个念头在她脑海中越来越清晰：何不将实验室里的创新成果推向市场？

当时，国内功能性纺织品市场刚刚兴起，相关产业链尚不成熟。张娜看到了其中的机遇，也意识到了挑战：“我们不仅要做出产品，更要了解市场真正的趋势，掌握核心技术。”2014年，喜能纺织正式成立，成为一座连接前沿材料研发与真实纺织市场需求的桥梁，推动功能性新材料落地转化。

公司最初推出的玉石冰凉纤维、远红外发热纤维、竹炭纤维、抗菌纤维，精准地抓住了市场的需求，通过“一冷一热一保健一防护”的组合拳，快速打开市场。“我们的第一个客户来自江苏，第一次合作是将我们的竹炭纤维用于一款针织面料，赢得良好市场反馈，从那时起双方一直合作到现在。”张娜在

市场的初步成功印证了方向的正确，也坚定了喜能纺织专注功能性新材料的决心。

## 核心：以自主研发为驱动的全流程优势

伴随着消费升级与产业转型的浪潮，喜能纺织迎来了快速发展的机遇期。客户群体持续扩大、订单需求日益多元化，这些积极信号背后却暗藏着成长的烦恼：初创时期以订单为导向的生产模式，在发展中逐渐显现出产能不足、响应速度受限等瓶颈。为此，喜能纺织开启了一场关乎供应链能力与商业模式重塑的转型，构建起“规格齐全、现货直发”的精细化服务体系。

2020年是这一转型的关键节点。面对外部环境的变化，喜能纺织沉下心来苦练内功，一方面扩大公司规模，新增厂房面积和生产线，引进加弹机、加捻机、网络复合机等先进设备，进一步提升公司产能和服务能力；另一方面深化技术布局，在功能性母粒制备、多材料复合丝等核心环节持续投入，不仅提升了产品稳定性和一致性，更为建立全品类现货体系奠定了坚实的基础。

据张娜介绍，如今喜能纺织的产品早已从最初的数款发展到近10个系列、100余款差异化产品，其中抗菌凉感纱、中空发热纱、铜抗菌纤维、磁性纤维、胶原蛋白纤维、止滑纱、导电纤维等深受客户好评。同时，形成了从功能粉体、母粒、纺丝、加弹，到纺纱、复合并线、加捻、染色等全流程生产技术优势，能够更快地响应市场需求。

## 深耕：以市场需求为导向的价值创造

在张娜看来，真正的创新力不仅源于技术突破，更在于对市场需求的深度洞察与快速响应。多年来，公司建立起“市场—研发—生产”的快速反应机制，使实验室的科研成果能够精准对接产业的实际需求。

“我们从不闭门造车，每年推出的10余款新品，灵感都直接来自市场需求。”张娜表示，公司团队长期深入下游客户，探索终端应用场景，理解客户真实痛点。例如，针对运动领域对袜子防滑的极致需求，研发出吸湿、防滑、耐用的纳米防滑纱；针对健康养生趋势，成功开发出具有理疗功能的富硒纤维；铜抗菌纤维作为热销款，常年备有12个颜色现货。

凭借身处柯桥中国轻纺城这一全球最大的纺织品集散中心的区位优势，喜能纺织20%的客户都是柯桥面料企业，通过与这些优质企业紧密互动，可实时把握潮流趋势，共同开发新品。这种深度服务模式，使喜能纺织从供应商升级为客户的纤维应用顾问。

谈及未来发展，张娜表示，喜能纺织将继续深耕功能型差异化纤维纱线领域，聚焦大健康，在智能响应材料、生物基环保材料等前沿方向加大研发投入，锻造独特的市场价值和综合竞争力。同时，不断拓展纺织材料的应用边界和营销渠道，深化“走出去”的步伐，让喜能纺织扎根柯桥、立足国内、走向世界，让健康功能纤维为全球消费者带来品质生活体验。



## Focus / 聚焦

# 针织产业破界创新：从“新材料”里找答案

近日，“新材料×新针织”创新沙龙暨《七天精通针织》技术交流研讨会在中国轻纺城纺织新材料中心举办，本次活动不仅是一次技术研讨会，更是连接材料创新、面料研发与品牌需求的高效交流平台。

活动现场，来自高校、科研院所、品牌企业及产业链各环节的代表齐聚一堂，共同探索在新材料驱动下，针织产业如何破界创新，迈向高质量发展。在嘉宾分享环节，多位专家从不同维度贡献了洞察，有对行业绿色、智能、高端化趋势的解读，强调新材料与新工艺的核心价值；也有从材料科学角度分析改性化纤如何推动针织面料性能进阶；更通过功能性服装的具体案例，直观呈现新材料的应用潜力。

此外，品牌代表基于消费需求，对面料的质感、差异化、可持续及快速响应提出了明确期望，为研发提供了清晰的市场导向。互动环节中，与会嘉宾围绕新材料驱动下的面料创新与竞争力提升，以及技术资料的实际应用等议题展开了热烈讨论。

此次沙龙以技术研讨为内核，以资源对接为导向，促成了多方的直接对话与合作接洽，构建了一个高效而务实的产业协同平台。材料供应商、面料研发企业与品牌方在研讨中碰撞思路，在展示中发掘机遇，在交流中激发了针对市场需求的创新思路，为面料研发与材料应用的双向突破



研讨会现场。

注入了切实的动能。

中国轻纺城纺织新材料中心自成立以来，始终致力于引进纤维材料领域的头部企业与创新平台。近年来，纺织新材料中心更是通过举办创新沙龙、高效对接会、趋势研讨会以及组织参展等多种形式的活动，不仅让市场商户在“家门口”便能接触到前沿新材料，也有效促进了纺织材料企业、面料企业与服装企业之间的深度融合与产业链协作。（王耀祖）

## AI 赋能，

## 传统绣花驶入智造快车道

当古老的绣花技艺遇见前沿的AI，一场属于传统工艺的数字化突围，已然按下加速键。近日，一场以“AI花型设计与绣花配色”为主题的实战培训在柯桥展开。归零纺织、慕理纺织、君博纺织等60余家会员企业代表齐聚一堂，在智能技术与手工传承的交汇点，共同探寻纺织绣花行业的创新之路。

培训现场，专家通过“AIGC创造力——花型数字化解决方案”主题分享，生动演示了文生图、图生图、风格融合与智能换色等AI功能，完整呈现数字技术在绣花设计从灵感到成品全流程赋能。虚实互联的创新实践，正不断拓宽美学想象的边界，重塑绣花设计的形态与效率。AI不仅能瞬间汇聚灵感、勾勒草图，还可实现配色智能生成，为传统行业注入前所未有的敏捷创造力。

“我们必须主动拥抱新技术、新理念、新模式。”柯桥区纺织绣花商会会长周国军指出，行业正处于从粗放运营向精细管理转型的关键阶段。目前，智能设计已初步实现提效降本，下一步应着力推动AI技术与绣花工艺深度融合，打通从设计端到设备端的自动配色链路，通过更便捷的打样流程实现“所见即所得”，真正促进AI与产业生态的深度融合。

未来，柯桥区纺织绣花商会将继续携手专业机构，定期开展技术培训与行业交流，构建企业持续成长的支持平台。同时积极拓展AI在工艺研发、生产优化、市场预测等环节的应用场景，全方位推进行业的智能化与数字化转型升级，为柯桥纺织产业的高质量发展注入崭新动能。（边吉洁）

## 解码运动面料消费新趋势

2026/2027 秋冬时尚运动流行趋势沙龙成功举办



沙龙吸引了众多企业到场。

颜值不将就”的新一代产品开发逻辑转变。东进新材料、中通纺织、杨世新材料等柯桥面料企业的30位代表参加了本次沙龙。

活动现场，中国纺织信息中心流行趋势部设计总监姜蕊在“2026/2027秋冬时尚运动流行趋势”专题分享中对时尚运动服饰的材质、色彩、工艺、风格进行了全面解析。K-Maker创始人、创意总监李勇在“运动新·势·力——趋势内核与实践应用”中引入LYST品牌榜的畅销数据，追踪各大时尚品牌创意总监的轮值以及其营销战略的变动，解析了不同风格与符号流行的成因。随后，企业代表对于如何更高效、更精准地从纤维源头改善产品表现提出了疑问，现场专家进行了解答。

当下，随着户外运动不断向日常化、时尚化演进，兼具专业功能与设计美学的时尚运动服饰已突破传统边界，成为连接多元生活场景的重要载体。运动新势力正打破功能性服饰的传统定位，跃升为服装领域中活力迸发、增长潜力强劲的全新品类阵营。通过“市场+产业+科创”的协同发力，越来越多柯桥面料企业也加入户外运动这一新赛道，从源头开启功能性面料的研发创新，打造运动面料新高地。本次沙龙以深度分享、问答讲解相结合的方式，为柯桥企业的时尚运动面料开发走向风格精细化、功能专业化、场景多元化，提供了有例可循的详细参照。（唐小狄）TA





**开栏语：**从一根纤维到一夜好眠，从一床睡品到产业觉醒，“家纺大健康·睡眠新纪元”专栏将对家纺睡眠产业的开拓者，记录其每一次破局与坚守。他们是睡眠革命的推动者，也是健康生活的守护人。不止于家纺，更关乎生命质量；不止于产品，更是一场关于“睡得好”的社会行动！他们正在重新定义：什么才是真正的“睡个好觉”。



# 对话金太阳： 深耕科技十三载，赋能健康深睡眠



本期对话嘉宾：

**袁红星**  
江苏金太阳纺织科技股份有限公司执行董事

**TAweekly：**当初是哪一个瞬间让您认识到“我们必须好好做睡眠这件事”？

**袁红星：**大约在十几年前的一次体检中，我发现自己的部分健康指标有所下滑。在与医生沟通时，我被问及运动、睡眠、饮食等生活习惯。除了运动量略有不足外，其他方面我自认为都还不错。医生随后提到，健康的四大支柱是：心态、睡眠、饮食和运动，而睡眠位居第二。这一点彻底改变了我对睡眠重要性的认知。

近年来，睡眠健康已成为全民关注的焦点，尤其是年轻人因工作压力大，睡眠质量普遍下降。金太阳作为一家持续创新的企业，过去更多聚焦于产品的外观设计，却未曾深入思考如何通过床品本身改善消费者的睡眠微环境、提升睡眠质量。这促使我开始思考：家纺产品的价值究竟应体现在哪里？我们能否通过材质、工艺与设计的深度融合，真正帮助消费者改善睡眠微环境，从而提升健康睡眠水平？正是基于这样的思考，我们开始构建以“深睡眠”为核心的研发体系，从一块面料开始，系统性地探索如何助力用户实现更舒适、更深度的睡眠体验。

**TAweekly：**在深耕睡眠产业的过程中，团队是否遇到过特别棘手的困难或瓶颈？又是如何一步步找到突破口的？

**袁红星：**十三年前，在搭建深睡眠研发体系的初期，我们面临一个核心难题：如何科学地定义“深睡眠”？又如何通过面料研发真正提升睡眠质量？当时团队在技术路径上几经探索，却始终未能建立起一套系统化的评估与提升标准，一度陷入“有方向、无方法”的困境。转机出现在我们接触到一位国际睡眠研究专家之后。通过引入其在睡眠生理与微环境调节方面的专业经验，我们逐步构建起从实验检测到产品落地的完整研发体系。过程中，团队也经历了认知上的转变——从最初单纯关注面料功能，到后来系统性地围绕“眼耳鼻舌身意”六感维度进行产品开发。这一突破不仅帮助我们走出了技术死胡同，更让“深睡眠”从一个概念，转变为可测量、可优化、可交付的用户价值。如今“深睡眠”概念已经深入消费者心中。

**TAweekly：**未来，健康睡眠市场仍有巨大潜力。金太阳在产品研发、服务模式创新、技术应用或者生态合作等方面，有哪些具体的、正在布局或计划中的关键举措？能否结合一个具体的项目或产品方向，谈谈背后的理念和您想创造的“风景”？

**袁红星：**我们将继续围绕“改善睡眠微环境助力深睡眠”这一核心，从科技面料研发、场景化产品矩阵、服务模式升级三个方向持续发力。例如，2022 年我们推出的“艾能科技纤维”，就是在科技面料战略下的重要成果。该系列不仅在原生抗菌、远红外、透气性等方面实现突破，更形成了家族化的产品序列，如艾能棉、艾能绒等，满足不同季节与人群的需求。

同时，我们正与中国睡眠研究会合作，将助眠色系与流行色彩相结合，开发具有情绪安抚功能的视觉助眠产品。在服务层面，不只是买卖关系，我们与品牌客户共同挖掘用户真实需求，提供从产品开发到睡眠知识普及的全链路服务。我们希望通过这些努力，在每一个细微处为用户创造“更懂睡眠”的产品体验，让科技真正服务于人的健康。

**TAweekly：**作为深入探索睡眠产业多年的经营者，您接触过大量用户的睡眠困扰，感触比较深的是什么？针对这些困扰，如果您请您给出建议，您会特别强调哪几点？

**袁红星：**令我感触最深的是，很多用户对“睡眠微环境”的重视程度远远不够。消费者往往关注床品的花色、价格，却忽略了材质对体温调节、湿度管理、触感舒适等关键因素的影响。

因此，我建议用户在挑选寝具时，优先关注以下几点，一是材质透气和触感。选择具备吸湿透气、亲肤柔软特性的面料，如天然纤维或科技功能纤维，有助于维持整夜舒适的体感。二是色彩对情绪的影响。低饱和度、柔和的色调更容易让人放松，可优先选择如浅灰、米白、淡蓝等助眠色系。三是睡前微习惯。睡前半小时远离电子屏幕，适当调节室内光线，搭配一些轻柔的音乐或香氛，能有效帮助身心进入预备睡眠状态。四是环境的小投入大改善。一张合适的床垫、一床季节适宜的被子，甚至一个支撑得当的枕头，都是提升睡眠质量性价比高的投入。我们希望帮助消费者意识到，改善睡眠不一定需要翻天覆地的改变，有时恰恰是这些细微之处的优化，能带来最真实的提升。

**TAweekly：**如今“健康”正在成为纺织行业的新定位之一，您觉得纺织品对人们的健康生活正在发挥出哪些新的作用和改变？

**袁红星：**纺织品正在从“被动使用”转向“主动健康管理”。以家纺为例，我们已不再局限于保暖与装饰，而是从纤维源头开始，通过材料科技赋能健康睡眠。比如金太阳的“艾能纤维”，具备原生抗菌、天然远红外微循环促进等功能，比后整理化学助剂更安全可靠；



金太阳围绕“生活健康”这一核心，通过科技赋能睡眠产品。

其独特的异形截面结构和 13% 的高回潮率也提升了吸湿透气性和柔软度。此外，面料在色彩、工艺、结构等方面的创新，也在视觉舒缓、体感调节、环境适应等维度为消费者带来实质改善。纺织品正成为守护日常健康的重要一环，真正保障每个人“睡得好”的权利。

**TAweekly：**如果将“纺织大健康”具体分为生活健康、生命健康和职业健康，金太阳在这些方面取得了什么成果？回望这些年的转型，您有什么感触？

**袁红星：**金太阳始终围绕“生活健康”这一核心，通过科技赋能睡眠产品，改善睡眠微环境，助力用户提升睡眠质量。这条路，我们已经坚持走了十三年。2013 年，我们提出“深睡眠战略”，系统开展睡眠微环境的研究与产品开发。2017 年，相关集成技术项目荣获“纺织之光”中国纺织工业联合会科技进步二等奖。2022 年，我们推出以“艾能纤维”为核心的科技面料系列，形成家族化产品矩阵，艾能棉、艾阳绒系列深受市场认可。

回首这段转型之路，我最深的感触是：科技必须服务于人。无论是材料创新还是工艺升级，最终目标都是让用户睡得更好、生活更健康。金太阳会始终坚持“科技向善”，用产品赋能伙伴增长，守护每一个家庭的睡眠健康。

**TAweekly：**展望未来，您洞察到纺织健康领域会有哪些新机遇？您对企业健康领域的布局有哪些新目标？

**袁红星：**从我们角度来看，纺织健康领域有三个方向会持续带来新机会，一是睡眠微环境的持续改善，从“眼耳鼻舌身意”六个维度打造更健康舒适的睡眠场；二是 AI+ 纺织，打造智能化的纺织品；三是科技与人文的深度融合，构建既有技术内涵又有品牌温度的健康产品体系。金太阳将坚持“科技面料战略”，聚焦“艾能”品类的深度开发，围绕睡眠微环境进行系统化、序列化的面料创新，不断拓展纺织健康的应用场景，为用户创造更智能、更体贴的睡眠解决方案。**TA**



# “白马秋歌”： 一个传统市场的营销破局样本

■ 蔡秀葵 / 文

在瞬息万变的商业世界中，总要有人率先打破常规，架起一座连接传统与未来的桥梁。当广州白马商业经营管理有限公司总经理黄秋权在 2024 年末首次真人出境，一个名为“白马秋歌”的 IP 故事便悄然启幕。这不仅是一次个人对新媒体的尝试，更是一位行业深耕者面对时代浪潮时，为所热爱的行业谋划的一场深远而真诚的变革序曲。

## IP 诞生，在商业战场中搭建内容舞台

2024 年 12 月 30 日，对“白马秋歌”而言是非凡的一天。黄秋权首次打开相机，在镜头前展示白马掌门人的风貌。这次尝试并非偶然，而是诞生于丰富经验和深谋远虑的摇篮。

2020 年，受大环境与竞品市场影响，黄秋权组建新营销团队积极探索，寻求新的发展路径。谈及这段经历，黄秋权坚定地表示：“我需要一种传播速度快、覆盖面广且低成本的新营销方式，才能在商业战场扎住根。”初期，他曾亲自上阵，和商户开展总裁直播带货，对新营销模式始终充满热情。直到短视频盛行，他再次迸发灵感：“看到像小米的雷军、创维集团的黄宏生、360 的周鸿祎纷纷下场，我就知道，白马也需要‘第一个吃螃蟹的人’，代表公司发声。”

在责任感的驱动下，凭借二十年行业深耕经验，黄秋权经常在服装皮具专业市场流通领域论坛及会议上发表观点，致力于提升白马的行业声誉与影响力。转战短视频初期以行业观察杂谈为主，其中对 B、C 端市场融合的深入探讨，赢得众多同行点赞。随后，他不止满足于自身发声，更希望传递客户声音，因此开设“品牌主理人专访”栏目。每周抽出半天走访市场，甚至利用周末时间，粉丝量与视频播放量持续攀升，声量渐大。回顾一年创作，黄秋权表示数据虽有波动，但心态坦然：“‘白马秋歌’这个名字不仅是我对白马的认同、对行业的热爱，也是传达我的一种人生态度——白驹过隙，春夏秋冬，一年四季，岁月如歌。高低起伏是人生常态，如同唱歌一般，我要直面它们，不断探索，不断创新，不断成长。”

## 攻坚克难，在创作长跑中跨越艰险

“只是我一个人讲行业的内容，灵感很快就会枯竭，必须要回归商户，和他们站在一起。”黄秋权表示，他在创作初期就意识到了商户的重要性，“做自媒体不能只是单点发声，要构建协同联动的传播矩阵。”

实现这一目标并不容易。首要难题是如何选择采访对象。经过不断摸索，黄秋权总结了“受访主理人画像”的四个特征：有创新思维、重研发设计、深耕行业、乐于分享。他表示，白马一路走来历经艰辛，而白马的商户都是“有血有肉”的“活招牌”。挖掘他们背后的品牌故事，以鲜活案例粉碎网络不实信息，提高声誉，让更多采购商信赖白马、选择白马。

跨过山一山又一山，如何选择首位受访人、如何开展坦诚对话更是挑战。黄秋权强调：“想要商户真诚，自己首先要接地气。”镜头前，他是专业的服装人；镜头后，他不拘小节、平易近人。凭借一贯的真诚与随性，他打破了隔阂，叩开了众多商户的心扉。经多番筛选，他最终选择了白马商会副会长、奥依岛掌门人杨熙悦。在 2025 年新年之初，杨熙悦也欣然接受这场对话，为“白马秋歌”赢得开门红，其中“创新品质与服务，积极拥抱变化”的对话主题引发许多服装人共鸣。随着国潮兴起，他又紧跟趋势，采访了中式领潮品牌“典云间”主理人张冬云，该视频播放量首次破万，后来又采访了凯撒品牌主理人谢海亮等数十位品牌主理人，“白马秋歌”扎实前行，在全国圈内，很多人都刷到“白马秋歌”了。

凭借清晰的定位与精准的选题，视频数据持续攀升，进一步激发了商户的受访热情。如今，在黄秋权的推动下，“白马秋歌”已步入数据与口碑相互促进的良性循环阶段。



黄秋权（左一）始终坚持走访商户了解市场。

## 战略破局，在红海中开辟品牌航道

“‘白马秋歌’是我除了公司管理者之外的在网络世界的另一重身份，它带给我的是沉甸甸的责任与长期的坚守。”黄秋权如此定义自己的双重角色。

作为行业龙头市场的管理者，黄秋权深知要在红海市场中开辟新赛道，唯有不断创新。他指出：“在论坛发声已经远远不够，必须拥抱新媒体、新营销，这正是‘白马秋歌’使命所在。”因此，他的目标不仅是弘扬白马精神、为商户提供背书平台，更是以此赋能白马公司旗下的市场，增强行业引领力、激活市场内生力、汇聚关键资源、深化品牌信任，实现核心突破。在行业层面，黄秋权积极推动广州火车站商圈的规划制定，为打造流花商圈时尚高地，打造广货时尚名片，推动行业抱团发展方面建言献策，为行业进化注入新动能。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏在多个行业交流场合对此充分肯定：“敢于站出来打造个人 IP 的，‘白马秋歌’是纺织流通行业第一个。”黄秋权坚信，自己率先行动的意义，正是为了证明这条路的可行性，从而吸引更多服装人跟上。白马必须也必将持续领跑，因为它的使命不仅是为自身发展，更是为后来者照亮前路、提供一份完整的行动范本。

在黄秋权的带动下，白马公司旗下的广州白马服装市场及中港皮具城两大行业标杆市场，越来越多品牌主理人在众多新媒体平台主动亮相，主动接受访谈，网络声量几何级增长。

## 展望未来，在深耕内容中构建“白马声音共同体”

谈及“白马秋歌”的下一步，黄秋权的答案早已明确：“继续深耕内容”。在他看来，这是“白马秋歌”自诞生起从未动摇的初心，也是面向未来最朴素而有效的商业法则。他再次明确了账号的受众：“我将聚焦面向服装皮具箱包的从业者、采购商这两大核心群体。”他计划继续通过主理人访谈，让采购商看见一个真实可信的白马，让从业者看到前景、坚定信心。通过提供有价值的内容及互动，赢得采购商及消费者的认同。

从长远看，黄秋权期望以“白马秋歌”为抓手，革新白马与中港皮具城的营销模式，从根本上提升营销效能与可持续性。他将引导商户转变思维，从被动跟随转向主动尝试，携手实现流量共创，最终凝聚成价值共振的“白马声音共同体”。

从一个人，到一个 IP；从一次发声，到一个生态。“白马秋歌”的故事，是关于信念如何落地为行动，理想如何激荡出现实的乐章。这曲“秋歌”，唱给过去，更唱向未来——在那条名为“创新”的航道上，一个更加清晰、有力、充满共鸣的“白马声音”，正踏歌而行，渐入人心。📺

纺织服装周刊  
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

# 低碳节能 纺织行业新引擎





# 锚定质量与生态双跨越

鄂尔多斯控股集团擘画“十五五”发展蓝图

■ 陈墨 / 文

在“十四五”圆满收官、“十五五”全新开局的关键节点，近日，鄂尔多斯控股集团以“骏启”为主题召开 2025—2026 年会。集团董事局主席王林祥，控股集团总裁、股份公司董事长王臻携控股集团执委及各职能部门、事业部负责人齐聚一堂，在总结过往业绩的基础上，重点锚定“十五五”发展方向，明确战略路径，为集团下一阶段高质量发展凝聚共识、擘画蓝图。

此次会议核心聚焦“十五五”战略规划落地，听取了各单元 2025 年工作总结及未来五年发展规划汇报，深入研判行业新趋势与内外部环境机遇挑战，最终形成并明确了集团“十五五”时期的核心发展战略体系，为产业升级与新质生产力培育筑牢方向指引。

王林祥肯定了各单位过往工作的务实成效，强调集团四十余年积淀的企业文化与经营理念是核心财富。面对未来复杂不确定的外部环境，他明确要求全体员工坚守“低成本就是核心竞争力”战略，做好打持久战的准备，在各经营领域追求极致，以扎实的本职工作夯实生存与发展根基，持续以奋斗者姿态践行企业理念。

王臻在总结讲话中深刻阐述了集团“十五五”时期的发展定位与核心路径。她指出，“十四五”期间鄂尔多斯已实现深刻自我变革，从“温暖全世界”的羊绒巨头升级为内蒙古国家重要能源和战略资源基地建设的关键力量，将羊绒产业的民生温度与能源产业的国计分量深度融合。站在“十五五”开局新起点，面对科技驱动转型的大趋势，集团必须紧抓奋斗机遇，实现系统性跃迁。

会议披露，“十五五”时期鄂尔多斯控股集团将坚守“稳健经营，



会议现场。

稳中求进”主基调，确立“做强存量产业筑牢根基，做优新质增量布局未来”经营指导方针，以“科技创新驱动转型升级，精益深耕赋能提质增效”为行动主题。未来五年，集团将以温暖为底色、创新为引擎、产业协同为支撑、价值共创为目标，推动传统优势产业进阶升级与新质生产力培育双轮驱动，实现两大核心战略跨越：从规模领先向质量卓越转型，从产业深耕到生态共荣升级。

在具体产业布局上，集团将持续强化羊绒产业全产业链优势，以科技创新带动产业高端化发展，深化联农带农机制，构建产业与乡村振兴协同发展的温暖图景；同时在能源领域深化绿色转型，依托内蒙古新能源基地建设契机，推进清洁能源就地消纳与循环经济发展，筑牢绿色能源产业根基。通过技术创新、精益管理与产业协同，集团将进一步巩固低成本核心竞争力与长期生存竞争力。**TA**

# 以梦为马，奇幻启新

解锁 Red Copper 童装 2026 新春穿搭新想象

■ 本刊记者\_万晗

当新春的喜悦与春季的灵动撞个满怀，童装品牌 Red Copper 重磅推出 2026 春季新品系列，以“魔术新年”为核心主题，怀揣“以梦为马，带你一起天马行空”的美好愿景，将童话故事中的魔法马车、木偶玩具、冰雪独角兽等奇幻元素融入设计，为 3—15 岁亲子家庭打造兼具节日氛围感与春季实穿性的穿搭解决方案，在传统新春氛围中注入满满童趣与奇幻色彩，重新定义儿童春季穿搭的无限可能。

作为品牌深耕产品的又一力作，本次春季新品在品牌战略层面实现了双重突破与升级。一方面，Red Copper 创新性地升级“场景化故事叙事”模式，以“魔术新年”的奇幻剧情为线索串联起整个产品系列，强化“童装 + 童趣体验”的独特品牌记忆点；另一方面，品牌精准绑定马年生肖与春季特质，打破新春系列“节日限定”的短期消费属性，实现节日氛围与日常实用的完美平衡。

在目标客群定位上，Red Copper 始终聚焦注重“穿搭趣味性 + 场景实用性”的亲子家庭，同时基于春季家长与孩子的着装需求变化，对需求侧进行了深度细化。为此，Red Copper 在设计上特意区分了小童与大童款式。小童款侧重极致趣味性，通过夸张的图案、灵动的细节彰显童真；大童款则趋向低调百搭，在保留主题精髓的同时，满足年长孩子对简约风格的追求，全方位贴合不同年龄段孩子的审美与穿着需求。

在色彩运用上，本次新品遵循“中国红为主色调，黑白色为基础，热闹彩色点缀图案”的核心逻辑，既贴合传统文化语境，又精准契合儿童审美与春季流行趋势。同时，品牌在图案设计中融入多彩细节，将魔

术道具、小马、魔术帽等趣味元素以鲜艳色彩呈现，让每一套穿搭都兼具颜值与质感。

此外，Red Copper 在新品材质选择上格外注重透气、保暖、易打理等核心需求，通过对现有面料的功能升级，为孩子们打造全天候舒适穿着体验。本季新品重点选用高支棉混纺、轻薄针织及微绒内里等优质面料，兼具轻盈透气与一定保暖性，既能应对白天的温暖天气，又能抵御早晚温差与春日微风。同时，品牌在领口、袖口等易受风部位进行细节加固，有效提升抗风性能。

更值得一提的是，选用的大部分面料均经过专业易打理工艺处理，具备抗皱、防泼水、柔软抗起球等优势，即便孩子在户外活动中肆意奔跑、玩耍，服装也能保持整洁形态，大大减轻家长的洗护负担，真正实现“孩子穿得开心，家长用得放心”。

深入洞察市场反馈后，Red Copper 精准捕捉到当下家长选购春季童装的三大核心关注点——“节日氛围感 + 日常实穿性”“材质舒适 + 易打理”“设计有趣 + 孩子喜欢”，并在本次新品中给出了完美的回应。

新品上市后，Red Copper 将重点关注主题款销售占比、跨龄销量、春节后复购率等核心市场数据，同时持续收集家长关于“实穿性”、孩子关于“设计趣味”的真实用户反馈。这些数据与反馈将成为品牌后续产品优化的重要依据，助力 Red Copper 不断打磨“节日 + 季节”系列的产品结构与设计细节，持续为亲子家庭提供更优质、更贴合需求的童装产品。**TA**

# 着力四个关键点，构建印染产业布局新格局

■ 李涛 马玉单 米良川 杨珂 / 文

近年来，河南、湖北、安徽、广西、贵州等省区在链长制机制下，着力完善地区纺织产业链，构建体系化竞争优势，日益重视印染产业的培育发展，印染园区建设步伐加快。从过去十年我国印染产业转移、承接的趋势看，印染企业在转移过程中有四个关注点，按照重要性排序分别为要素保障、产业生态、生产成本、集聚效应。产业布局的重塑、园区招商的成效深受此影响，东部产业发达地区和中、西部兴建的印染园区都在围绕上述因素扬长补短、错位发展，推动产业就地升级或积极承接。

## 要素保障是产业发展的先决条件和重要驱动

要素指产业发展相关的环保、土地、供热、用工等内容，以环保指标最为重要，环保指标指取水、排水和能耗的指标和准入条件，决定一个地区能否发展印染产业。过去十年，政府受环保指标约束通过行政手段推动产业重组、迁建升级或退出，是产业转移的直接动因和主要驱动力。

印染是纺织行业中耗水多、耗能大、排污高的行业门类，准入时需要严格遵守各级政策，并进行水资源论证、环境影响评价、能源技术评价等行政审批。要素保障具有规模效应和集聚效应的想象空间，产业发展上限高、可操作性强，在推动产业向规模化、集聚化发展方面具有先天优势。总体看东部省份产业发达地区的要素保障最佳。环保指标是产业转移的核心驱动。政府受环保指标约束通过行政手段推动产业升级或退出，是产业转移的动因和驱动力，如“十二五”时期为加快印染行业绿色发展，工信部引导淘汰落后印染产能累计 120 亿米，约占当时全国产能的 20%，少量有转移需求的企业开始向周边具备环保指标的地区外溢。

## 产业生态是产业（企业）获取订单和效益的决定因素

东部产业发达地区纺织产业（供应）链完整、上下游衔接顺畅、专业服务及配套齐备、市场需求旺盛、商贸物流发达，构建起企业类型众多、专业分工鲜明、服务贸易商庞大、物种丰富、关联度高的产业生态，从而支撑印染企业构建起柔性化、专业化、高效化的供应链，并促进其完成订单转化，实现效益。需要指出的是政府态度也是产业生态的重要组成部分，对产业生态的培育非常重要。据统计分析，2022—2025 年，浙江、广东、江苏、福建和山东 5 省净增取得排污许可证的印染主体 285 家，约占全国增量的 77.7%，依然是印染产业布局的核心地区，产业生态在市场主体的投资地选择方面非常重要。

印染是纺织产业链中效率转换的关键环节。印染前道的纺纱、织造可以接单和库存生产，后道的服装、家纺产品变化丰富，交期紧张。而以加工为主的印染产业需按订单需求、高效组织生产，生产过程涉及打样、放样试产、批量生产等与客户频繁的沟通过程，因此在产业发达地区能够极大地提升生产效率和灵活性，支持订单转化，东部 5 省印染产能的效率发挥优于中西部地区，印染产业的“就近转移”趋势和产业生态密切相关，产业转移并未跳脱对原有产业生态的依赖，而是在尽可能维持的情况下转移生产环节，并拓展新的订单来源。

## 生产成本是产业（企业）发展和转移的重要因素

相较于要素保障、产业生态而言，生产成本对产业发展尤其产业转移的影响弱，近年来随着内卷式市场竞争加剧，生产成本对产业转移和承接的影响稍有增强。

我国印染产能 90% 以上分布在浙江省、江苏省、广东省、福建省和山东省，过去 10 年产品产量在全国总量中占比 92.4%—95.6%，上述省份的土地、蒸汽、电力、工人成本明显高于中、西部地区；另外，从国内



印染产业转移情况看，未呈现向单一低成本地区转移的趋势。以生产成本优势最显著的新疆维吾尔自治区南疆地区为例，印染项目有诸多降成本的优惠政策，投资建设上，固定资产投资补贴、厂房建设补贴、土地购置价格节约投资显著；生产动力成本方面，电价、蒸汽价格低，在水的软化、脱盐、预处理、污水处理厂等方面均有大力度政策补贴；此外在原料产品出疆运输、人员培训、税费等方面也有补贴。在上述情形下，新疆印染的生产成本远低于内地，印染产业经历了较长时间的发展缓慢阶段，近 2—3 年开始显现投资效应。

## 集聚效应是产业发展和转移的重要因素

集聚效应突出不仅能提升产业发展上限，还对产业生态改善和生产成本降低产生有益作用，表现为数量集聚或专业集聚。数量集群指较多的印染企业高度集聚在某一物理空间，一方面通过相互叠加效应提升区域的市场服务能力和产业影响力，另一方面也能够带动供水、供热、排污等配套设施的流量，从而有助于降低动力成本；专业化集聚指通过精准锁定招商客群，通过量身定制专业化服务内容支持印染企业专注于细分环节的生产经营，并以此为吸引力推动产业类别和数量集聚，从而推动产业发展。如福建晋江绿色高端面料整理微工业园（占地 100 亩）以晋江周边中小印染后整理（印花、定型、贴合等）企业为招商对象，以国内首家纺织后整理特色印染产业园区为定位，设计建设专业化厂房，在生产要素服务、金融服务、生活商业服务方面满足企业诉求，并在环保、消防等方面提供系统支持和解决方案，推动产业规范化、集聚化和规模化。

### 小结

通过对上述四个因素的分析，在国内层面，东部 5 省印染产业发达地区在要素保障、产业生态、集聚效应三个因素上明显优于中西部地区；中西部地区的广西、安徽、江西、湖北等省区在生产成本、要素保障、产业生态方面形成的综合优势好于其他中西部其他省份。

河南、湖北、安徽、广西、贵州等省区正在围绕上述四个方面构建差异化综合竞争优势，着力推动地区内产业链上下游融通发展水平。总体而言，资源禀赋和环境条件依然是印染产业发展基本条件，中西部地区在印染产业发展中应坚持绿色、集聚、适度的发展原则。**TA**

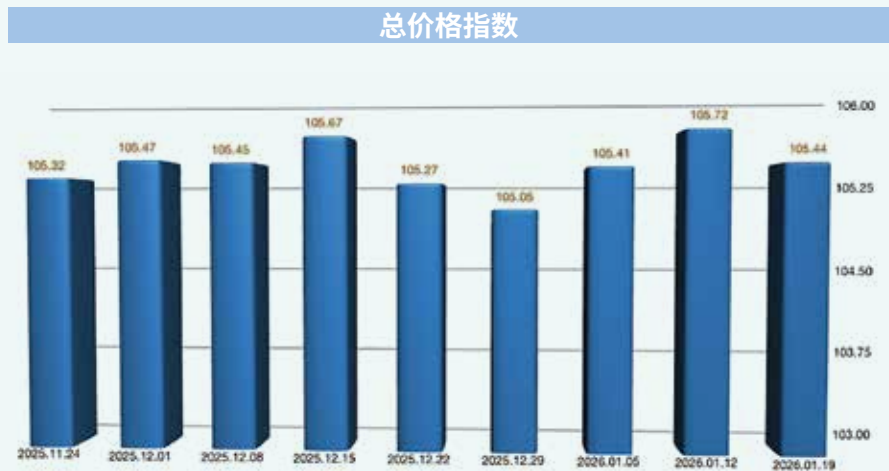
（作者单位：中国纺织建设规划院）



# 冬市营销环比回缩 价格指数环比下跌

## 20260119 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20260119 期纺织品价格指数收报于 105.44 点，环比下跌 0.27%，较年初上涨 0.03%，同比上涨 1.08%。



中国轻纺城冬市营销环比回缩，其中：原料市场价量环比微跌，坯布市场价量环比推升，面料市场布匹价量环比下跌，家纺类产品成交价量环比微跌，辅料类价量环比上涨。

### 原料行情环比微跌，涤纶环比下跌，纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 86.77 点，环比下跌 0.01%，较年初下跌 0.47%，同比上涨 6.83%。

**聚酯原料涨跌互现，涤纶价格环比下跌。**本期涤纶原料价格指数收报于 72.34 点，环比下跌 0.03%。近期华东地区 PTA 现货主流 5072 元/吨，环比下跌 23 元/吨；MEG 主流 3718 元/吨，环比上涨 5 元/吨；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 5850 元/吨，环比上涨 55 元/吨；无光切片现金或三月承兑 5800 元/吨，环比上涨 40 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格环比下跌，POY 报价 6700 元/吨，环比下跌 6 元/吨；FDY 报价 6900 元/吨，环比下跌 26 元/吨；DTY 报价 7850 元/吨，环比下跌 78 元/吨。上游聚酯原料价格涨跌互现，下游需求环比回缩，因市场成交环比下降，聚酯工厂涤纶长丝价格环比下跌，常规品种和新款品种成交量环比回缩。

近期，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 6510 元/吨，环比下跌 16 元/吨。萧绍地区涤纶短纤市场价格环比回缩，实单成交环比下降，下游采购局部回缩，市场交易气氛局部下降。纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 10350 元/吨左右，环比下跌 10 元/吨；45S 纯涤纱报 16800 元/吨左右，环比持平。

**纯棉纱行情环比下跌。**近期，纯棉纱价格指数收报于 108.96 点，环比下跌 0.89%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比回缩，价格稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16400 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 23580 元/吨，环比下跌 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 116.55 点，环比上涨 0.44%，较年初上涨 1.64%，同比下跌 2.78%。

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：化学纤维坯布指数收报于 106.15 点，环比上涨 0.17%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比上涨。

### 面料行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期面料类价格指数收报于 110.57 点，环比下跌 0.46%，较年初下跌 0.39%，同比下跌 4.21%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回缩，冬季面料下单环比下降，春季面料下单环比回缩，对口客商入市认购环比下降，面料价格指数环比下跌。其中：麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、时尚面料类成交价量不等量下跌。

特色分类指数中：裙装面料指数收报于 117.95 点，环比下跌 0.86%；裤装面料指数收报于 105.70 点，环比下跌 0.32；风衣面料指数收报于 118.50 点，环比下跌 0.31%；印花工艺面料指数收报于 117.57 点，环比下跌 0.13%；色织工艺面料指数收报于 127.09 点，环比下跌 1.28%；透气性面料指数收报于 115.49 点，环比下跌 0.17%。

### 家纺市场环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.13 点，环比下跌 0.03%，较年初上涨 0.23%，同比下跌 1.06%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，家纺市场行情环比回缩，整体市场价格环比微跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交量和订单发货量环比下降。其中：窗帘类收报于 102.00 点，环比下跌 0.07%；床上用品类收报于 99.97 点，环比持平。

### 市场行情环比推升，辅料指数环比上涨

据监测，本期辅料类价格指数收报于 111.42 点，环比上涨 0.30%，较年初上涨 0.59%，同比下跌 13.56%。

本期辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比推升，轻纺城传统市场辅料行情环比上行，价格指数环比上涨。其中：线绳收报于 125.99 点，环比上涨 0.05%；花边类收报于 175.20 点，环比上涨 0.10%；窗帘布带收报于 109.51 点，环比上涨 2.31%；打孔圈收报于 100.56 点，环比上涨 0.51%；挂球和挂钩收报于 98.21 点，环比上涨 0.51%；窗帘轨道收报于 96.11 点，环比上涨 1.47%。

### 后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡回升走势。因市场订单局部增加，织厂、染厂产出局部增长，冬季面料补单将局部增加，春季面料订单备货将环比增长。后市新风格产品成交将环比增加，冬季新风格面料成交将环比小增，春季新风格面料下单将局部增加，织造企业开机率将局部小增，印染企业产出将环比增加，预计传统市场成交将震荡推升，整体市场成交将呈现震荡小升走势。**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

# 广州中大门，时尚中国南大门。





Red Copper



RED COPPER童装品牌是由鸿天集团全资控股,于2019年创立的原创设计师童装品牌。品牌秉持“爱的陪伴”这一核心理念,将陪伴孩子成长的点滴感受,以及对孩子的爱融入到产品研发中。品牌选用健康、环保、科技型面料,致力于为 3-15岁儿童提供多场合、高品质、轻潮时尚的穿搭新选择。

实体店分布城市: 济南、青岛、临沂  
潍坊、烟台、郑州



RC官方抖音



RC微信公众号



RC微信视频号