

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

2026.6.29 | 第23期 | 总第1271期



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

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

中国纺织工业联合会 CNTAC | 中国纺织信息中心 CTC | 可持续发展创新中心 Sustainability STEWARDSHIP

时尚气候创新
3060
碳中和加速计划
Climate Stewardship
30/60/2060
Accelerating Plan

气候创新 时尚大会

协同“十五五”·共启碳达峰

2026 CLIMATE STEWARDSHIP FASHION CONFERENCE

6.29 - 30 | 中国·北京

2060 / 碳中和
Carbon Neutrality

2030 / 碳达峰
Carbon Peaking

主办单位：中国纺织工业联合会
承办单位：中国纺织信息中心
支持单位：联合国气候变化框架公约秘书处、联合国工业发展组织



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。



官方网站

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



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
ITMA Services

合作协会



日本纤维
机械协会



国际面料 采购中心

衬衫面料专营区

精纺细织

只为一件好衬衫

招商热线 0575-81181275
0575-81168126

招商地址 绍兴市柯桥区轻纺大道1881号
国际面料采购中心4区5楼招商推介处

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	刘 萍
总编辑/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 聘
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
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:

台湾地区合作媒体:

承印: 北京威德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、博看网、龙源期刊、万方数据以数字化方式复制、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*

八部门发布“AI+消费”实施意见
五度亮相 Pitti Uomo, 中国展团“CHINA WAVE”站上C位

08 关注 *Attention*

布局东南亚的机会在哪, 挑战又在哪儿?
北京时刻: 全球时尚气候议程首次落地中国



P12

12 特别报道 *Special*

绿化供应链, 亚洲化纤在行动

14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

长三角两地的“双向奔赴”
扎根客户中心, 搭建信任桥梁
中远海运绍兴兴仓在轻纺数字贸易港揭牌启用

18 纺机 *Industry*

从“低价中标”到“价值取胜”, 纺机业能否改写游戏规则?

20 化纤 *Industry*

共识致远, PTA 产业链锚定“双碳”加快转型

21 市场 *Market*

中国流花: 老商圈, 新故事, 去全球抢C位

22 展会 *Exhibition*

三赴新加坡, 这家企业连年“锁定”APTEXPO 获得了什么?

23 集群 *Cluster*

一块沙发面料如何链通全球?

24 一线 *Frontline*

慈星股份收购 STOLL 核心资产, 重塑全球针织装备行业格局

26 指数 *Index*

端午节期成交回缩 价格指数环比下跌



万 晗
《纺织服装周刊》副总编辑

世界杯上的中国纺织跃迁

2026 年美加墨世界杯激战正酣。当亿万球迷的目光聚焦于绿茵场上的胜负时, 另一场关于产业话语权的竞赛正在悄然上演。本届世界杯 16 家全球赞助商中, 除了联想、海信、蒙牛三家中国顶级赞助商之外, 中国纺织服装行业正悄悄完成一场从供应链端到品牌端的全链条覆盖与跃迁。

中国纺织供应链已不可替代地深度嵌入赛事, 全球最大纵向一体化针织制造商申洲国际, 成为供应链上最关键的“隐形赢家”。48 支球队中有 37 支穿着耐克、阿迪达斯、彪马三大品牌产品, 其球衣大部分出自该工厂。申洲的核心竞争力在于极致响应速度, 织布、染色、印花绣花、裁剪缝制、包装物流五道工序在同一园区一站式完成, 将行业平均三个月的交付周期压缩至极短时间。

在旗帜细分领域, 青岛万德隆则是另一个“隐形冠军”。这家即墨企业已连续八届成为世界杯旗帜供应商。从预选赛阶段启动生产至今, 万德隆已生产近千万面旗帜, 预计总供货量超 3000 万面, 因为赛制原因, 企业被要求 24 至 72 小时内交货。万德隆单日产量已突破 10 万面, 以“即墨速度”匹配世界杯节奏。

我们看到中国品牌们也正从幕后走向主场。供应链升级是“量变”, 品牌端的突破则是“质变”。今年 1 月, 安踏斥资约 123 亿元收购彪马 29.06% 的股权, 成为这家世界杯第三大球衣赞助商的单一最大股东, 直接接入其全球营销体系与渠道网络。

更具标志性意义的是卡尔美。在三大巨头包揽 37 支球队球衣赞助的垄断格局下, 来自福建晋江的卡尔美凭借对约旦和波黑两支国家队的球衣赞助, 成为首个拿下世界杯正赛球衣主赞助的中国运动品牌。

与此同时, 李宁也完成历史性突破——佛得角球员威利·塞梅多穿着李宁锋锐系列足球鞋登上世界杯赛场, 这是国产品牌装备首次亮相世界杯正赛。

而“可持续”已成为新的准入门槛。本届世界杯最深刻的变革就发生在这一领域。国际足联持续升级绿色办赛标准, 这道门槛反而成了中国纺织企业展示“绿色肌肉”的舞台。杭州万事利凭借 AI 无水印花技术打入世界杯官方球衣核心供应链, 为德国、阿根廷、西班牙等十余支国家队提供印花支持。AI 算法精密计算染料用量, 面料上染率接近 100%, 污水排放降低 99%。

绍兴佳人新材料则自主研发化学法分子级循环再生技术, 通过分离、脱色、除杂、提纯等工序, 将废旧纺织品转化为纯度高达 99.9% 的高品质再生聚酯纱线, 成为巴西、英格兰、法国等 12 支国家队球衣的原料供应商。

如今, 中国纺织业不再是世界杯的“旁观者”或“打工者”, 而是深度嵌入赛事价值链核心的“共建者”。在供应链、品牌、可持续上的三重跃迁叠加, 标志着中国纺织服装行业正从“成本驱动”转向“技术驱动”, 从“代工思维”转向“品牌思维”。世界杯是一扇窗, 让我们看到了中国纺织业在全球商业版图中即将抵达的新高度。

View point / 产经看点

工业和信息化部等七部门近日联合印发《促进平台经济大中小企业协同发展行动方案(2026—2028年)》, 到2028年, 推动平台经济大中小企业协同发展水平显著提升, 平台企业创新能力和中小企业发展活力大幅增强。

——新华网

今年1至5月, 全国一般公共预算收入100465亿元, 同比增长4%, 增幅比1至4月提高0.5个百分点; 主体税种表现良好, 前5个月, 国内增值税增长6.2%, 增幅连续4个月提高。

——财政部

今年前5个月, 长三角地区进出口总值达7.82万亿元, 同比增长16.2%, 规模创历史同期新高。

——海关总署

截至近日, 消费品以旧换新已经累计带动相关商品销售额达5万亿元, 惠及6.3亿人次。

——经济日报

今年1至5月, 全国新设立外商投资企业25297家, 同比增长5.3%; 实际使用外资金额3272.9亿元人民币。

——商务部



纺织服装周刊
微信公众号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织机械
微信公众号



纺织 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

八部门发布“AI+ 消费”实施意见，纺织服装数智化转型升级迎新机遇

■ 本刊记者_郝杰

近日，商务部等八部门联合印发《关于加快“人工智能+消费”发展的实施意见》，围绕智能商品供给、商业场景创新、数字零售升级、财政金融扶持、标准体系建设推出五大板块 17 项配套举措，明确鼓励智能穿戴消费培育、智慧零售改造、AI 设计营销融合、柔性供应链建设等重点方向。政策红利全面释放，为纺织服装行业破解设计周期长、库存高企、同质化竞争、线下体验不足等传统痛点提供顶层支撑，推动行业从传统加工制造向数智化创意、个性化定制、场景化消费、绿色低碳智造全方位跃迁，构筑产业高质量增长新曲线。

《意见》紧扣消费升级与实体经济数字化融合主线，多项条款直接适配纺织服装产业转型需求。在智能穿戴消费扩容层面，明确将培育智能穿戴市场列为智能商品消费重点，具备健康监测、温控调节、柔性传感功能的功能性纺织材料迎来风口，为智能纺织、智慧家纺开辟增量市场。

在商业零售智能化改造方面，《意见》提出加快智慧商圈、智能门店体系建设，加快发展智能零售，实施零售业创新提升工程。对于纺织服装行业，鼓励实体商场布局 AI 虚拟试衣、智能穿搭推荐、数字人导购等体验场景。同时推动电子商务与人工智能深度融合，赋能运营、客服、设计、营销、直播等全场景全流程。创新数字人直播、虚拟体验等沉浸式消费场景，优化智能客服、智能推荐等个性化消费体验。推广创意内容生成、智能质检系统等工具，提升运营效率。鼓励电商平台开设“人工智能+消费”专区。

《意见》提出，制定“人工智能+消费”应用场景建设指引，建立“人

工智能+消费”领域应用开放清单，开展“人工智能+消费”典型案例遴选。建设消费领域重点行业国家人工智能应用中试基地，推动高价值场景规模化、商业化落地。组织“人工智能+消费”场景对接活动，促进供需匹配。支持开展智能体应用创新。鼓励通过融资租赁等方式创新发展人工智能应用场景。

在资金支持方面，《意见》提出，鼓励地方在消费品以旧换新政策框架内，自主制定实施补贴政策，重点支持“人工智能+”行动明确的新一代智能终端等消费。用好个人消费贷款财政贴息政策，支持消费者购买人工智能相关产品。鼓励金融机构围绕消费者购买人工智能产品的金融需求开发相关金融产品和服务。发挥国家人工智能产业投资基金作用，助力“人工智能+消费”发展。

《意见》还提出，加快实施《国家人工智能产业综合标准化体系建设指南》，编制人工智能终端基础技术、安全可靠、互联互通、行业应用等产品标准。建立人工智能终端智能化分级标准与评估体系。完善“人工智能+消费”领域标准化技术组织，加快制定相关标准。推动跨行业跨品牌互联互通、内外贸标准认证体系衔接，提高国际标准话语权。

此次《意见》出台并非短期刺激政策，而是纺织服装产业数字化转型的长期制度支撑。未来，AI 将贯穿时尚创意、绿色生产、体验消费、品牌运营全链路，行业竞争逻辑彻底由产能价格竞争转向设计创新、数字体验、柔性供应链综合实力竞争，我国纺织服装产业将加速迈向高端化、智能化、品牌化、可持续化发展新阶段，巩固全球纺织产业核心优势。

华峰化学氨纶入选首批“浙江精品”名单

日前，浙江省市场监督管理局公布首批“浙江精品”认定名单，华峰化学“千禧”牌氨纶纤维榜上有名，成为全省 36 个获此殊荣的产品之一。本次被认定“浙江精品”，也是公司在近期收获氨纶产品 2025 年全年产量首次登顶“全球第一”荣耀后，获得的省级高含金量产品类荣誉。

“浙江精品”落实《浙江省人民政府办公厅关于深化“浙江制造”品牌建设打造“浙江精品”的实施意见》，旨在培育具有核心竞争力的名企精品。“浙江精品”以品质卓越、技术领先、服务优质、实力雄厚等严格指标作为标准，评审程序严谨，是浙江制造高水准的“金字招牌”。“千禧”牌氨纶能从众多参评产品中脱颖而出，离不开华峰化学公司在品质、创新、绿色、数字化和品牌建设上的持续深耕。

多年来，公司始终坚持做全球氨纶制造龙头企业。一方面，产品品质是登顶全球产量第一的根基，只有被客户认可的产品品质，才能支撑产量的不断增长和满负荷生产。为了让每一根氨纶丝都经得起市场检验，华峰化学构建了覆盖产品全生命周期的标准体系，获得“浙江制造”和全球知名品牌验厂通过等多领域认可，高品质确保了公司“十四五”期间高质量发展。另一方面，创新成为公司技术持续突破的强劲动力，公司氨纶制造关键技术成果获得 2025 年中国纺联科技进步奖一等奖。华峰化学持续加大研发投入，成功打破国外品牌在经编氨纶等高端氨纶领域的长期垄断，并实现产品在服装、卫材、医用产品等各应用领域的全覆盖。（邹勇）

郑纺机中标苏州国家实验室碳纤维原丝成套设备项目

近日，郑纺机纺织机械股份有限公司（以下简称“郑纺机”）成功中标苏州国家实验室碳纤维“原丝成套设备”项目，标志着郑纺机在高端材料装备，尤其是碳纤维装备领域的技术实力与综合能力，获得了国家级科研平台的认可。

苏州国家实验室是我国材料科学领域唯一的国家级实验室，由中央批准设立，肩负着保障国家材料安全、推动科技自立自强的重要使命。作为材料科学领域的国家战略科技力量，实验室聚焦战略性结构材料、功能材料和前沿材料的突破，着力攻克“卡脖子”关键技术，致力于打造世界一流材料科学实验室，为国家高质量发展与安全保障提供坚实支撑。

近年来，郑纺机积极响应国家和集团战略需求，牵头组建河南省纤维新材料纺机装备产业研究院，在纤维新材料装备领域持续取得突破。目前，其碳纤维装备技术已达到国际先进水平，小丝束高性能碳纤维原丝及碳化生产线已成功完成生产验证，有力推动了宇航级碳纤维的产业化进程。

郑纺机表示，双方将以此次合作为起点，深化产学研协同创新，联合攻关碳纤维关键核心技术，共同打造国家级碳纤维创新高地，为我国纺织产业的安全可控和高端装备的自主化贡献更大力量。（小织）

Direct / 直击

Scene / 现场

五度亮相 Pitti Uomo，中国展团“CHINA WAVE”站上 C 位

近日，第 110 届 Pitti Uomo 展在佛罗伦萨举行。在中国服装协会的帶領下，中国服装品牌展团“CHINA WAVE”第五次登场。值得关注的是，本次展团位于中心展区的核心位置，与 Brunello Cucinelli、Edward Green、Ring Jacket 等全球知名品牌站上同一坐标系。

“CHINA WAVE”展区内，SEPTWOLVES、SWOFCARE、ZIFEI WANG、SOARIN、SOARIN WORLD、KIMUSSO 六大先锋品牌依次铺陈。身侧是 Barbour 的百年蜡棉外套、Filson 的背包、Helly Hansen 的机能外套等，历史的厚度与当代的创意在此交织。

现场，“CHINA WAVE”展区最真实的吸引力，直接体现在买手们长时间停留的身影上。来自 Harrods、Dover Street Market、SKP、Lane Crawford、Isetan Mitsukoshi 等顶级买手店、百货公司与时尚零售商组成的国际买手，他们仔细抚摸面料，反复确认版型，低声交谈着交货周期与区域代理。一位巴黎买手店的负责人直言：“我们现在不是在寻找‘中国风格’，而是在寻找能成为我们核心销售单元的中国品牌。”

覆盖意大利、英国、美国、法国、德国、日本、韩国、中国、加拿大、澳大利亚、阿联酋等主要消费市场的近 150 家全球顶级买手店构成了一张精准而高价值的商业网络。来自这些买手店的专业买手对每一个“CHINA WAVE”的品牌都进行了详细的咨询，内容直接涉及产品工艺、定价结构、交期及长期合作可能，多个品牌首日即收获实质性合作意向。这些密集而高质量的专业对话，为品牌后续优化产品开发、调整市场沟通策略提供了至关重要的一手依据。

“CHINA WAVE”展团还吸引了来自 Vogue、WWD、Business of Fashion、GQ、Esquire 等媒体的关注。记者们穿梭于展位之间，对



“CHINA WAVE”展位一角。

于“中国品牌如何构建自己的审美体系”提出一系列问题。KOL、时尚博主、资深评论人、时尚造型师等穿梭其间、打卡互动，镜头与对话交织；社交媒体上，“CHINA WAVE”的话题热度持续攀升……

更值得关注的是，展会期间，Pitti Imagine 公司首席执行官专程到访“CHINA WAVE”展团，与七匹狼董事长周少雄围绕品牌价值、国际市场战略及未来合作展开实质性对话。这种深度互动，建立在连续五届合作的信任之上。将中国品牌群体置于整个展会的视觉与动线核心，本身就是主办方对“全球时尚未来重要力量”的明确判断。

在“CHINA WAVE”的展位上，能感受到一种笃定的气场。品牌代表们从容地介绍品牌理念、产品逻辑、设计语言、供应链优势等。一位品牌创始人说：“本届参展，我们不是在证明自己可以站到这里。我们是在进行一场对话——关于审美、关于商业、关于如何一起把时尚这件事做得更好。”这正是中国服装协会“中国服装品牌出海计划”的价值所在。不是一次性的亮相，而是长期的价值共建；不是单向的展示，而是双向的产业对话。（凌岚）

News / 动态

十校聚力，敦煌艺术研究高校联盟正式成立

近日，“敦煌艺术研究高校联盟”成立仪式暨敦煌艺术青年学者沙龙在北京展览馆和平厅举行。活动由北京服装学院、清华大学美术学院、北京展览馆集团有限公司主办，北京理工大学设计与艺术学院联合主办，北京服装学院敦煌服饰文化研究暨创新设计中心、北京理工大学敦煌建筑艺术研究中心、中国敦煌吐鲁番学会服饰研究与创新设计专业委员会承办，中国敦煌吐鲁番学会提供学术指导。

参与成立仪式的联席单位有（排名不分先后）天津美术学院、中国人民大学、北京工业大学艺术设计学院、兰州大学、西北师范大学、武汉纺织大学服装学院、首都师范大学、鲁迅美术学院。联盟坚持学术独立、公益开放、资源共享的原则，联合国内从事敦煌艺术研究的顶级高校力量，以青年学者为主体，聚焦敦煌艺术及丝路文化的学术研究与人培养，搭建跨校、跨学科、跨地域的高端学术合作平台。来自首都师范大学、清华大学美术学院、敦煌研究院、北京理工大学、天津美术学院、中国人民大学、北京工业大学艺术设计学院、兰州大学敦煌学研究所、西北师范大学、北京服装学院等单位的专家、青年学者齐聚一堂，共话敦煌艺术。

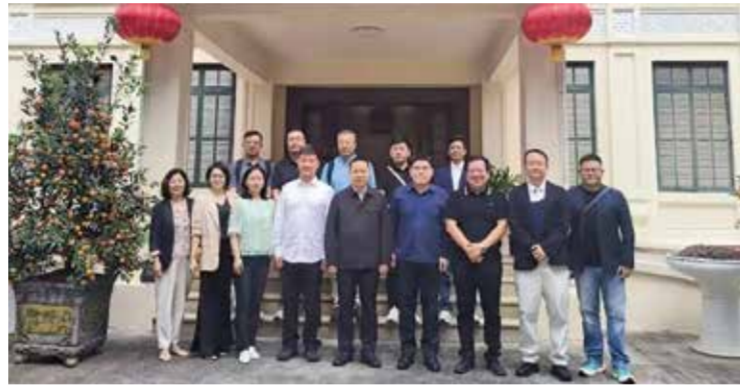
在圆桌对话环节中，与会专家高度肯定联盟打破院校与学科壁垒的价值，认为其为青年学者及设计专业学生提供了跨校交流与学术对



与会专家合影。

话的平台。大家纷纷认为，敦煌艺术不应仅停留于壁画临摹与史料考证，更应通过设计转化、数字化再现和文创开发等路径走进当代生活。联盟主席、北京服装学院教授刘元凤在总结发言中充分肯定了青年学者视角多元、方法扎实的研究成果。他指出，敦煌艺术是取之不尽的宝库，寄语青年一代要立足本土、放眼世界，探索传统艺术的当代表达与传播路径，并对联盟未来学术协作、人才培养与国际交流表达深切期许。

本次活动的成功举办，既为敦煌艺术领域的青年力量架设了交流互鉴之桥，也为联盟深化学术协作、赓续千年文脉开启了全新篇章。（江枫）



代表团在越南各地展开调研。

布局东南亚的机会在哪，挑战又在哪？

中国纺织服装企业家代表团赴柬埔寨和越南开展调研（下）

■ 陈墨 / 文

5月24—31日，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合中国针织工业协会共同组织纺织服装企业家代表团赴柬埔寨及越南开展国际布局调研活动。

从柬埔寨金边头部中资现代化工厂，到越南胡志明市的繁华商圈，再到河内蓬勃发展的北部制造业集聚区，代表团马不停蹄，感受到了川流不息的摩托车大军转化为肉眼可见的庞大消费市场。

在河内，代表团与中国驻越南大使馆经商处参赞李振民举行了工作会议，并拜访了越南纺织服装协会（VITAS），还实地走访了当地两家大型外贸企业与一家北部工业园。在胡志明市，大家与胡志明纺织服装时尚协会（AGTEK）做了深入交流，调研了中资针织龙头企业与当地标杆企业。

深入交流当地情况

中国针织工业协会会长谢青首先谈到，随着越来越多的中资企业顺应全球化海外布局的浪潮落地越南，代表团本次专程来到越南，计划深入了解这些中资企业在越南扎根发展的真实情况，摸底市场需求，并与越方共同探讨两国在经贸合作方面的前景与潜力。

李振民向大家介绍了越南的宏观经济情况和营商环境，并对中资企业出海提出了建设性意见。近年来，随着越南本地市场升级和消费能力的上升，吸引了越来越多中资企业来越南开拓市场。目前在越南南部和北部的投资项目数量已接近。越南经济的高速发展为中越合作创造了良好环境，特别是在交通、物流、农业、电子、纺织、新能源、家电等领域的投资合作。

2018年中美经贸摩擦及2022年疫情后，中企投资金额与项目数量快速上升。目前越南正处在高速发展的道路上，是中国在全球第四大贸易伙伴，但现在越南面临能源和资金短缺的问题，特别是电力不足对制造业影响较大。中资企业要适应越南政府对投资合规的要求及营商环境的变化，深入了解越南法律法规，建立规范管理体系，特别是越南对于财务管理和环评要求越来越高，已对标欧美体系，企业需要高度重视。

使馆方面非常支持中资企业在海外布局。近期，使馆正引导并推动在越中资企业设立企业联合会及垂直行业协会，旨在帮助广大出海企业抱团发展，统一发声，建立起代表全行业的利益诉求表达机制，维护在越中资企业的合法权益。

与越南协会沟通合作需求

代表团首先拜访了越南纺织服装协会。越南纺织服装协会会长武德江、副会长兼秘书长张文锦对代表团来访表示热烈欢迎。武德江首先针对目前越南的纺织服装行业情况向大家做了详细介绍。2025年越南纺织服装行业展现出强劲的出口韧性，全年出口460亿美元，产品远销全球138个国家和地区，其中美国作为最大单一市场，占据了约40%的份额，欧洲、日本和韩国紧随其后。目前越南已签署多达17项经贸协定，为深度融入全球供应链奠定了坚实基础。产业规模上，全国拥有约270万产业工人，500人以上规模的公司超过7000家，一线员工月工资约为3000元人民币。

尽管全年出口成绩亮眼，但本土企业仍面临严峻的外部考验。一方面，中东局势升级引发的连锁反应，导致原材料价格大幅飙升，直接冲击了企业的成本底线；另一方面，虽然经贸协定提供了关税便利，但欧美等主要市场不断抬高“绿色标准”门槛，对企业的环保合规能力提出了更为严苛的要求。此外整体订单数量有所缩减，但客户对交货周期的要求更急迫，质量标准也愈发苛刻，倒逼企业必须提升柔性快反能力。

除了以上外部问题，企业还遇到不少挑战。首先是“用工难”问题，迫使企业不得不加速向智能化转型，通过大规模投入高科技与自动化设备来弥补用工缺口。其次是“供应链断层”，面辅料配套不足成为制约产业升级的最大掣肘。目前，越南每年仍需进口高达160亿美元的面料，特别是梭织面料高度依赖海外供应，本土化率的缺失不仅削弱了利润空间，也让企业在应对原产地规则时显得捉襟见肘。

针对以上产业链的痛点与升级需求，武德江在发言最后强调，在

上游环节，越方迫切希望引进生产高端纱线的优质企业，重点配套发展高附加值的针、梭织面料项目；同时也希望具备先进环保技术与高效产能的现代化印染企业来越南投资，彻底打通产业链的中间堵点；最后在下游成衣制造领域，优先青睐设备自动化程度高、用工密度低、具备数字化柔性快反能力的现代化制衣厂，以提升整个越南纺织服装行业水平。

谢青在听取了武德江的发言后，首先介绍了本次代表团访问越南的目的，核心是深化中越纺织服装产业供应链合作、对接企业需求、共谋产业高质量发展以应对全球市场挑战，把握区域合作机遇。他指出，越南已成为中国纺织服装企业产能转移的重要目的地，既有深耕海外布局的龙头企业，也有专注配套服务的专精特新企业，希望能与越南纺织服装协会及企业实现精准对接，并提出了以下合作需求：

一是互通信息：了解越南纺织服装产业最新运营情况、投资政策、合规标准要求等，为中国企业合作与布局提供参考。

二是务实对接：推动两国企业在面辅料供应、纺机装备、数字化改造、绿色生产、检测认证、品牌合作等领域深度合作。

三是协同发展：建立协会间长效合作机制，共同应对全球需求疲软、贸易规则变化、绿色壁垒等挑战，提升中越纺织服装产业在全球价值链的地位。

随团企业就印染投资门槛与中国第三方检测机构是否适合落地越南等问题做了深入交流。

随后，代表团一行拜访了胡志明纺织服装时尚协会。谢青首先介绍了在越南西宁市青岛即发工厂的调研见闻。他提到，青岛即发在越南的发展不仅提升了当地的制造标准，也带动了越南本土服装企业的成长。谢青强调，随着全球化进程的深入与机器设备的不断更迭升级，纺织服装产业正迈向新的高度，但破局的关键在于“产业协同”。目前中资企业在越投资多以全产业链一体化模式推进，因此发展势头强劲，希望越南的本土企业也能加快机械化水平的升级，与中国企业携手并进，共同发展。

胡志明纺织服装时尚协会主席范春鸿对此作出积极回应。他表示，越南纺织服装产业迫切希望向中国学习先进技术与管理经验。希望中国企业可以将先进的生产技术和高端装备带到越南，助力其提升自动化水平、优化用工结构，从而提升越南本土纺织服装产业水平。

调研当地企业，见证发展活力

据了解，青岛即发集团于2005年响应国家号召出海越南，现已构建起庞大的跨国产能，形成了“全产业链垂直整合”与“超大规模化运营”，目前拥有3个海外工厂（越南2家、柬埔寨1家），海外员工数达1.3万人。越南工厂设有面料印染与成衣厂配套，实现了部分面料自给与当地采购相结合，有效解决了海外建厂的供应链配套难题。

本次走访的三家越南本土企业也生动勾勒出当地纺织服装业各具特色的发展切面。

河丰服装集团作为越南服装出口排名第二的企业，拥有8000名员



工，产品涵盖各类针织男女童装。走进车间，伴随着缝纫机此起彼伏的运转声，流水线上的工人们有条不紊地忙碌着。整个车间呈现出满负荷高效运转的状态，展现了年轻工人的蓬勃活力。

拥有5000名产业工人的LGG集团是越南高端品牌代工的标杆企业，作为优衣库等品牌的核心供应商，年营业额达2亿美元。凭借柔性快反与卓越的质量管控，获得了优衣库免检资格，并实现12天极速交付的敏捷响应。代表团走进其与波司登合作的全空调车间，不由发出一声赞叹，干净整洁的车间环境，自动化吊挂线高效运转，衣服在各个工序间无缝衔接、自动输送，告别了杂乱无章的场景，整个车间成为一个井然有序的现代智造空间。

Protrade集团成立于1989年，拥有17条产线，1800名产业工人，公司美国市场份额占比高达70%，主要生产衬衫及牛仔服装。面对产业升级的需求，担任胡志明纺织服装时尚协会副会长的企业负责人专程赴中国考察，积极加快设备更新与自动化转型步伐，车间内已投入使用中国先进缝纫相关设备。

走进工业园区，了解发展环境

成功工业园坐落于越南西宁市，距离胡志明市60公里且紧邻柬埔寨木排口岸（22公里），土地面积1293公顷。其核心特色在于“港口+园区+城市”的综合生态开发模式，不仅规划了高达9.8万吨/日的污水处理能力以精准承接印染等产业链配套项目，还自建电站与内河码头，提供完善的能源与物流保障。目前园区内共有50个印染项目，占总项目的46.3%。园区还有10公顷土地适合发展纺织印染产业。

北江河盛工业园位于越南北部北江省协和县大成乡，距离河内1.5小时车程，靠近海防港口。园区面积75公顷，目前已完成三通一平。其工业用水系统和变电站均已完工，蒸汽站正在建设中。园区允许印染废水达标直排，无需进行复杂预处理，大幅降低企业的环保合规成本与运营门槛。目前园区重点招引优质印染企业，旨在通过产业链上下游联动，既为园区内服装制造企业提供高效的面料配套支撑，又能满足越南本土市场的庞大需求。

洞察东南亚需求，寻找新机遇

在最后一天的总结会上，谢青结合此次调研的切身所见，从产业转移发展的底层逻辑到现实中小企出海的实操建议进行了总结。

纺织服装产业的发展高度依赖海岸线及国际贸易规则，目前中国的产业转移则主要是由于品牌订单倒逼驱使。在中国和东南亚的部分大型纺织服装企业，已采用先进智能化制造技术，实现了部分工序自动化，不仅提高了效率，也弥补了用工缺口，更保证了产品质量，智能制造将在全球范围内快速发展。

对于大企业来说，其全球化布局已形成一套完整的发展和运营模式，即前道研发包括面辅料仍然高度依赖国内，而将大型服装工厂设置在东南亚国家做后期配套。而对于中小企业来说，不能盲目跟风，现在的趋势是“小单快反”，柬埔寨、越南等国工厂擅长处理大批量、标准化订单，如果无法解决境外配套不全、物流慢的问题，那么多品种、复杂面辅料的订单在东南亚将难以生存。中小企业要找到自己的细分赛道，利用数字化改造、升级设计研发、增加产品附加值、利用智能化设备减少用工甚至打造“黑灯工厂”来保持供应链柔性，可能是更好的选择。

带着“产业链如何协同出海”、“中小企业如何规避风险”、“如何利用东南亚的多种自贸协定进行产业布局”等一系列问题，从柬埔寨到越南，这不仅是一次跨越国界的行程，更是一场关于跨境产业投资与供应链布局的探索之旅。

东南亚，已不再是那个只有廉价劳动力的代工天堂，而是一个对技术、环保、合规有着越来越高要求的“新制造中心”，对于中国企业来说，拼的是产业链整合能力、数字化能力和精细化管理的内功，而非单纯的产能规模。希望所有的中国企业都能在错位竞争中找到自己的蓝海。TA



北京时刻： 全球时尚气候议程 首次落地中国

6月29—30日，2026气候创新·时尚大会将在北京举行。大会由中国纺织工业联合会主办，中国纺织信息中心承办，联合国气候变化框架公约秘书处和联合国工业发展组织担任支持单位。这是全球时尚产业气候治理议程首次落地中国。

2018年12月10日，波兰卡托维兹COP24会议上，43家时尚企业发起签署《联合国时尚产业气候行动宪章》。到2025年底，签署方接近130家。名单涵盖全球时尚产业的主要力量：adidas、Nike、Inditex、H&M、LVMH、Kering、Chanel、Burberry、Levi's、Puma、Fast Retailing、VF Corp.，这些品牌承诺在2050年前实现净零排放。过去八年，围绕宪章的讨论在波兰、马德里、格拉斯哥、沙姆沙耶赫、迪拜、巴库之间轮转。2026年，核心实施议程第一次设在北京。

对于签署宪章的时尚品牌而言，这是一次重要的议程设置。对中国纺织服装行业而言，这是从规则执行者走向规则共建者的机会。

自2019年起，中国纺织工业联合会已连续举办气候创新·时尚大会，今年是第五届。2026年适逢中国“十五五”开局之年，距离2030年碳达峰目标还有五年。欧盟数字产品护照、生态设计法规、碳边境调节机制三项规则进入实施倒计时。中国纺织业面对的不再是单一维度的减排要求，而是国际国内规则的双重约束。气候创新·时尚大会提供了一个集中研判和集体对话的机会。

2026气候创新·时尚大会为期两天。6月29日的公开大会从上午的主旨演讲开始，院士和行业专家将围绕政策解析和行业前沿发展做专题报告；同期三项重要成果集中亮相：中国纺联3060碳中和公示平台、碳针 Carbon Probe 范围三减碳项目进展、魏桥纺织碳中和工厂承诺。这三项成果分别对应了工具、项目和承诺三个层面，构成了中国纺织业应对气候变化行动的系统性进展。下午的议题聚焦碳中和实践，涵盖企业自身运营排放和供应链排放两个维度。多家在碳管理上积累了实际经验的企业将同台分享，交流重点放在操作层面。

6月30日的高端实施对话是本届大会的核心环节，由联合国气候变化框架公约秘书处、联合国工业发展组织与中国纺联共同召集。联合国工业发展组织副总干事将出席，政府相关部门代表，以及国际金融机构高管，将与品牌、制造商负责人同场对话。当天的讨论分四个议题并行展开：可再生能源采购与电气化、绿色金融与商业可行性、范围三模式创新与供应链协同、创新与工业脱碳技术应用。每个议题都对应着产业转型中真实存在的堵点，不同角色的诉求被放到同一张桌上。让政策、产业、金融和技术各维度的力量在对话中相互衔接，推动减排行动从个案走向行业普遍实践。

从2017年碳管理创新2020行动启动，2019年气候创新2030行动发起、时尚气候创新专项基金设立，到2021年3060碳中和加速计划发布，中国纺织业的气候行动节奏清晰可辨。2024年三项团体标准发布，碳中和工厂与产品试点启动。2025年数字护照白皮书与可再生能源直接投资可行性研究推出。八年时间，从行业承诺到方法论，从试点到标准，这套工具体系将在2026年正式接上全球宪章的实施机制。

2018年宪章在波兰签署，2026年6月签署方以核心议程的形式齐聚北京。全球时尚产业的净零承诺如何在中国供应链上落地，答案正在逐步揭晓。TA

开幕大会	6月29日/上午
9:00-9:05	开场介绍 胡松 中国纺织信息中心主任
9:05-9:15	中国纺织工业联合会领导致欢迎辞 孙瑞哲 中国纺织工业联合会(CNTAC)会长
9:15-9:35	领导致辞 刘家顺 中国绿色碳汇基金会副理事长兼秘书长 陈志华 国家应对气候变化战略研究和国际合作中心副主任
9:35-12:05	主题演讲 清洁能源与新材料推动时尚产业碳中和进程 凌文 中国工程院院士、系统工程与能源工程管理专家 生物基纤维材料：构筑纺织产业绿色转型的材料根基 程博闻 中国工程院院士、天津科技大学学术委员会主任、生物基纤维材料全国重点实验室主任 波司登—3060碳中和加速计划品牌的气候战略与落实路径 高德康 波司登集团董事局主席兼总裁 中国时尚产业气候行动创新展望 阎岩 中国纺织工业联合会副会长 Inditex 供应链脱碳目标与协同机制 费利克斯·波萨·佩尼亚 Inditex 集团副首席执行官
12:05-12:30	成果发布 中国纺联3060碳中和公示平台发布 碳针Carbon Probe 项目气候领导力伙伴首期同行仪式 魏桥纺织碳中和工厂承诺发布 赵素华 山东魏桥纺织科技有限公司副总裁

碳中和专题会议	6月29日/下午
14:00-14:05	开场介绍 胡松 中国纺织信息中心主任
14:05-15:35	主题一：企业碳中和的自主推进——从战略到落实 中国纺织行业专精特新企业气候行动进展 郭宏钧 中国纺织建设规划院副院长、中国纺织工业联合会行业发展部主任 纺织行业碳中和工厂标准与示范推广 孙丽蓉 中国纺织信息中心可持续发展合作部LCA研究总监 纺织原材料环节低碳转型的技术路径与产业实践 胡森钧 兰精集团纺织业务拓展副总裁 安踏—3060碳中和加速计划品牌的气候战略与落实路径 黄萃琪 安踏集团ESG副总裁
15:35-16:00	茶歇
16:00-17:30	主题二：供应链协同治理——范围三减排的中国实践与全球经验 碳针Carbon Probe 项目：中国纺织供应链范围三协同减排机制的阶段性成果 胡柯华 中国纺织工业联合会社会责任办公室副主任 Primark 范围三排放管理的体系化实践 许佳慧 Primark 中国碳项目负责人 迪卡侬供应链协同减排的机制创新 韦伟 迪卡侬中国可持续发展总监 H&M 供应链脱碳实践分享 陈国坤 H&M 集团可持续发展环境经理 圆桌讨论：品牌—供应商协同与范围三规模化减排

高级别开幕与全体讨论	6月30日/上午
9:00-10:00	高级别环节：开幕与背景介绍 欢迎致辞 阎岩 国际纺织制造商联合会副主席、中国纺织工业联合会副会长 邹朝勇 联合国工业发展组织(UNIDO)副总干事兼技术合作和可持续发展司司长 林迪塔·哈菲里-萨利胡 联合国气候变化框架公约UNFCCC行业倡议负责人
10:00-10:30	专题演讲 双碳新政与“十五五”规划：新形势、新目标、新机制 柴麒敏 国家应对气候变化战略研究和国际合作中心战略规划部主任
10:30-11:00	茶歇
11:00-11:30	解决方案聚焦环节 费利克斯·波萨·佩尼亚 Inditex 集团副首席执行官 胡森钧 兰精集团纺织业务拓展副总裁 黄萃琪 安踏集团ESG副总裁
11:30-12:30	全体圆桌讨论：行业脱碳的关键抓手 聚焦已涌现的实际解决方案，探讨推动其在本地区快速复制推广的关键条件 明确政府、企业、投资者协同推动规模化落地所需的政策、市场与融资条件

主持人： 胡柯华 中国纺织工业联合会社会责任办公室副主任
嘉宾： 田雪村 中国商务部外贸司处长 周芸 国际财务报告准则基金会监管事务部专家 陈皓 波司登国际控股有限公司董事会办公室主任兼ESG总经理 高艺鸣 广东前进牛仔布有限公司ESG部长

分组研讨与落实路径	6月30日/下午
14:00-14:30	从业者分组讨论：推动落实 围绕良好实践与近期机遇、关键落实瓶颈以及扩大行动规模的融资路径展开讨论 第一部分：背景介绍——现状
14:30-15:30	第二部分：分组讨论 四个并行分组同时进行，围绕落实瓶颈与扩大行动规模展开深入交流
15:30-16:00	第1组：可再生能源采购与电气化 大规模绿电采购的可行路径，包括签约模式、价格机制与区域条件 工厂电气化与工艺升级投资的回收期与风险管控 中小企业供应商参与绿电市场的稳定商业路径
16:00-17:00	第2组：绿色金融与商业可行性 绿色金融支持时尚产业绿色转型的可行路径，包括绿色信贷、绿色债券、绿色保险等 绿色金融支持时尚产业绿色转型的可行路径，包括绿色信贷、绿色债券、绿色保险等
17:00-17:30	第3组：供应链协同治理 供应链协同治理的可行路径，包括绿色供应链金融、绿色供应链管理等 供应链协同治理的可行路径，包括绿色供应链金融、绿色供应链管理等

主持人： 汪燕辉 绿色创新发展研究院运营与机构发展副主任
讨论引导发言嘉宾： 项燕彪 中国人民银行浙江省分行金融研究处官员 陈梓青 中国纺织行业脱碳可再生资源投资可行性研究项目顾问 陈国坤 H&M 集团可持续发展环境经理

第3组：范围三模式创新与供应链协同
设计品牌与供应商共同责任公平分担的价值链合作模式 针对中国实际，以协同方式化解范围三减排的结构性障碍 在确保数据安全、企业自主权与合法治理的前提下，部署碳核算与能源管理的数字化工具 部署碳核算与能源管理数字化工具，兼顾数据安全、企业自主与依法治理
主持人： 胡柯华 中国纺织工业联合会社会责任办公室副主任
讨论引导发言嘉宾： 孙丽蓉 中国纺织信息中心可持续发展合作部LCA研究总监 Daniel Roe Primark 集团气候变化项目高级经理 黎瑞珊 广东前进牛仔布有限公司CSO 刘维 李宁公司环境与可持续发展总监

第4组：技术创新与产业化部署
纺织加工领域关键低碳创新的技术成熟度与落地瓶颈 纺织企业、技术初创公司与科研机构之间的合作模式 试点扩展成功案例及风险缓释机制（含金融工具）的作用
主持人： 毛志平 东华大学教授、化学与化工学院副院长 国家染整工程技术研究中心主任
讨论引导发言嘉宾： 毛志平 东华大学教授、化学与化工学院副院长 国家染整工程技术研究中心主任
骆小米 溢维环境总经理 万刚 即发集团副总经理

茶歇
全体会议：从对话到落实 汇总各组识别的落地瓶颈及提出的解决路径 明确政策对接、融资路径与行业协同的优先跟进举措 明确政府、行业、金融机构及合作伙伴的角色与下一步行动
全体会议：闭幕致辞 总结成果、共同推进重点及下一步行动 持续合作与行业长期转型的闭幕展望 林迪塔·哈菲里-萨利胡 联合国气候变化框架公约UNFCCC行业倡议负责人

(拟定议程，以现场为准)



与会领导嘉宾合影。

未来，中国化纤行业将在产业结构优化升级、发展循环经济减污降碳、提升能效及能源低碳化、建立绿色产业链供应链、智能化绿色化融合发展、履行社会责任行业责任、多方合力完善支撑体系等方面开展切实有效的行动。

● 主题报告 聚焦可持续发展路线图

在本届会议上，来自全球化纤价值链的行业专家、企业高管和相关行业代表分别作主题报告，聚焦可持续发展、循环经济、减碳目标规划、绿色纤维标准认证、协作创新等进行了深入探讨和交流。

李陵申作“中国化纤产业带动全球可持续供应链的举措”主题报告，介绍了中国化纤行业绿色可持续发展现状及努力方向。近年来通过提升产业链各环节绿色发展水平、丰富绿色发展机制和渠道、开展绿色课题研究，使得化纤行业绿色制造体系不断完善、核心技术指标持续优化、能源结构低碳化、碳排放强度逐渐下降。未来，化纤行业将在产业结构优化升级、发展循环经济减污降碳、提升能效及能源低碳化、建立绿色产业链供应链、智能化绿色化融合发展、履行社会责任行业责任、多方合力完善支撑体系等方面开展切实有效的行动。

泰国 indorama 聚酯工业公共有限公司销售与市场主管 Tapankumar Sannigrahi 作“化学纤维供应链碳中和路线图”主题报告，介绍了 T2T 方面的工作，以及与中国公司在产业链上进行合作的相关情况。

印度合成纤维工业协会主席 Hemant D. Sharma 作“通过价值链创新驱动一体化可持续发展生态系统”主题报告时表示，全球纺织品消费量的持续增长正加剧环境影响，呼吁进行重大的可持续性改革。他指出，提高工艺效率和更多地使用再生纤维是减碳的关键，政府法规的引导、企业的积极推动及消费者意识提升将共同推动可持续发展进程。

巴基斯坦聚酯短纤维制造商协会主席 Rizwan Afzalchaudhry 作“化学纤维与纺织制造领域的可持续实践”报告，介绍了全球可持续发展的趋势。他指出，随着绿色消费主义的兴起，欧盟重新调整贸易与合规规则、打击绿色洗白行为，业内关注点已转向 T2T，业界亟需在供应链等方面开展协作。

韩国化学纤维协会业务政策办公室主任郑昌勳作“气候危机时代化学纤维工业面临的挑战”主题报告，介绍了全球气候危机及应对气候变化的举措。他指出碳中和时代，纺织业需严守碳排放法规，用绿色生产和产品建立全球低碳贸易秩序，呼吁建立“行业供应链碳合作伙伴关系”机制，实现碳排放数据的高效共享，通过创新技术与跨行业协作，为实现可持续未来和循环经济开辟道路。

日本化学纤维工业协会会长 Akimoto Uchikawa 作“可持续化纤生产与供应链的未来规划”主题报告时表示，目前再生纤维和



会上，各国嘉宾深入交流。

绿化供应链，亚洲化纤在行动

第 15 届亚洲化纤会议在马来西亚槟城举办

■ 王军锋 / 文

近日，两年一届的亚洲化纤界最高级别的专业会议——第 15 届亚洲化纤会议在马来西亚槟城举办。本次会议主题为“绿化供应链：面向未来的可持续实践”，来自全球化纤价值链的行业专家、企业高管和相关行业代表参加会议。

中国化纤协会代表团由来自中国化学纤维工业协会、中国产业用纺织品行业协会、泰和新材集团、恒申集团、中丽制机、蒙泰高新、三联新材、浙江金彩、传化化学、兴惠化纤、爱德荣新材、汇隆新材、宝丽迪、利夫生物、浙江金旗、上海纺科院江版纺织等化纤相关企业、科研院所和协会代表组成，中国化纤协会会长陈新伟担任代表团团长。中国纺织工业联合会副会长李陵申应邀出席并在大会上发表主题报告。

根据亚洲化纤会议章程，马来西亚纺织制造商协会主席 Regina Leong 接任韩国化纤协会会长 Kim Sukhyun 成为亚洲化纤会议主席，巴基斯坦聚酯短纤维制造商集团 (PSFMG) 主席 Rizwan Afzal Chaudhry 任亚洲化纤会议副主席。

● 行情报告

亚洲化纤产业共谋可持续未来

会上，泰和新材集团董事长宋西全代表中国化纤协会代表团介绍了行业发展现状，并对行业运行情况和趋势进行展望。总体来看，2025 年中国纺织服装行业整体呈现内销温和增长、出口稳中承压，彰显较好的发展韧性。面对复杂多变的国际环境，预计 2026 年中国化纤行业将以高质量发展的确定性对冲外部环境的不确定性，通过在智能化、绿色化、融合化转型领域加大投入，不断推动纺织化纤现代化产业体系建设，实现行业高质量可持续发展。

印度合成纤维工业协会秘书长 Pinaki Ranjan Das 指出，印度经济和纺织业强劲增长得益于人口结构优势，使其在长期发展中拥有丰富机会。目前印度产业界与政府正通过参与制定相关国际标准、国家标准及计划，促进化纤回收和循环再利用，致力于减少碳排放、

空气和水污染，推广可再生能源，以及开展技能培训，推动化纤行业可持续发展。

亚洲化纤会议副主席、巴基斯坦聚酯短纤维制造商集团主席 Rizwan Afzal Chaudhry 表示未来发展将聚焦于可持续和可追溯产品、支持 T2T 等新技术与资源高效生产技术、培育本国品牌等六方面。

Kuraray 公司总经理执行官 Kazushige Sakamoto 代表日本化学纤维工业协会介绍了日本整体经济形势及日本纺织化纤产业现状，并重点介绍了日本化纤协会的可持续发展策略。该策略内容涉及实现纺织品到纺织品的回收、再生化学纤维、生物基化学纤维、努力实现碳中和、化学物质管理、企业社会责任采购计划等。

韩国化学纤维工业协会副会长 Kim Jingyu 表示，韩国正多维度推动产业可持续发展：攻坚纤维到纤维技术，开发生物可降解材料并拓展应用场景；向高性能、高价值转型，从服装延伸至高端功能性服饰与工业材料，深耕芳纶、碳纤维等先进材料市场。

印度尼西亚纤维及长丝织造商协会主席 Redma Gita Wirawasta 介绍了印度尼西亚经济、纺织服装特别是化纤产业的发展情况。未来，印度尼西亚将提高涤纶及粘胶短纤自给能力，聚焦先进纺织品开发，加大绿色环保产业标准在化纤产品中的实施力度。

泰国人造纤维工业协会会长 Chen Namchaisiri 介绍了泰国经济形势和纺织服装行业进出口概况。他指出，转向可持续发展和提高产品附加值、利用技术驱动提升生产效率、保持地缘政治风险下温和出口、加速产品转型升级是泰国纺织服装业未来发展趋势。

亚洲化纤会议秘书长、马来西亚纺织制造商协会执行董事 Hasnah Ahmad 介绍，2025 年马来西亚经济发展良好，贸易额、出口额和进口额均创历史新高。近年来，马来西亚化纤原料 MEG、PTA 出口基本稳定。

此外，马来西亚 PETRONAS 化学营销有限公司市场部主管 NurFadhlin Ali 介绍了 PETRONAS 化学营销有限公司在乙二醇领域的相关情况。

生物基化纤占比还比较低，日本高度依赖进口。他提出了日本纺织业建设可持续化学纤维供应链的创新举措：制定资源循环利用策略、统一可持续原材料生产标准、完善回收系统基础设施、建立可追溯的供应链体系。

印度尼西亚纤维和长丝纱线制造商协会顾问委员会主席 Basrie Kamba 作“可持续实践中的纤维生产‘成本’”主题报告，介绍了可持续纤维在实际生产过程中的高成本及消费者接受程度，让生产商专注于长远投资；提出提高产业链信息透明度，让消费者决定是否甘愿为溢价付费。

出于全球化视野考量，本次会议特邀欧洲人造纤维协会 (CIRFS) 总干事 Frederic Van Houte 介绍了欧洲化纤产业发展概况，以及可持续纤维相关方面的自动化、智能化、数字化、新型生产工艺方法、工业化政策等。他表示，上下游协同创新，建立协同性的生态系统，对可持续纤维的发展至关重要。

● 特别访谈

直面可持续供应链两大热点

作为会议重要议题之一，Recron (Malaysia) Sdn. Bhd. 首席执行官 Gunjan Sharma 主持了主题为“回收利用是通往可持续纤维供应链的最佳途径吗？”的首日特别访谈环节。

陈新伟介绍了中国再生纤维发展概况，及涤纶、锦纶等采用物理法、化学法、生物法生产再生纤维产业化情况。他表示，可持续纤维包括再生纤维、生物基化纤、原液着色化纤等，这些纤维都具有绿色属性，特别是莱赛尔纤维、竹纤维、菌草纤维等生物基化纤在中国已经规模化生产，及在下游纺织品领域得到了广泛应用。他强调，化纤回收利用及可持续纤维供应链的打造是一项系统、综合工程，需要政府政策加以引导。

期间，来自泰国、印度和中国台湾的行业代表也就循环再利用的相关话题发表了观点。

第二日的特别访谈环节，由亚洲化纤会议主席、马来西亚纺织制造商协会主席 Regina Leong 主持。来自日本、韩国、印度、巴基斯坦的行业代表就在可持续发展中出现的“漂绿”现象进行探讨。各位代表经研讨形成初步共识：可通过提升可持续产业链信息透明度、深化供应链协同创新、构建完善标准认证体系、推动品牌深度融入供应链等措施，减少或限制“漂绿”行为。

根据会议规则，下一届（第 16 届）亚洲化纤会议将于 2028 年第二季度在巴基斯坦举办。TA





一场对接会链动两地纺织产业发展。

长三角两地的“双向奔赴”

“丝路柯桥·布满全球”走进合肥精准对接会举办

■ 本刊记者_王利

长三角，以不足全国4%的国土面积，创造了全国近四分之一的经济总量，更贡献了超过一半的纺织工业营收。从鉴湖之畔到巢湖之滨，当“国际纺都”绍兴柯桥遇上“创新高地”安徽合肥，两大纺织产业集群在长三角一体化浪潮中，将碰撞出怎样的产业新机遇？

6月16日，“丝路柯桥·布满全球”走进合肥精准对接会成功举办。盛世天宇、凤凰庄、三川纺织、杨世新材料、尚正纺织等30家柯桥优质面料企业携最新产品走进合肥，与当地近百家服装品牌、制造工厂、原创设计师进行面对面精准对接。这并非一场简单的纺织上下游对接，而是两大产业高地在“十五五”开局之年，一次从“物理集聚”走向“化学融合”的积极探索。

产业共振： 同绘长三角纺织合作共赢蓝图

绍兴柯桥，这座托在布上的城市，是全球纺织产业版图中无法绕开的地标。作为长三角城市群副中心城市，合肥是安徽服装产业的商贸中心与设计高地。两地地域相邻、产业相融，协同发展既有天然基础，更有现实需求。

绍兴市柯桥区中国轻纺城党工委副书记、建管委主任孙伟刚指出，中国轻纺城是全球规模最大、经营品种最多的纺织品集散中心，2025年成交额突破4400亿元，销售网络覆盖200多个国家和地区。面对全球贸易格局重塑和数字技术变革，柯桥纺织以“数智与时尚”双轮驱动，持续塑造竞争新优势；以“空间与场景”深度焕新，持续提升平台

新能级；以“通道与枢纽”联通全球，持续拓展发展新空间。合肥与柯桥的纺织产业合作源远流长，产品结构优势互补，希望以本次对接会为新起点、新纽带，进一步深化产销对接、加强品牌共建、促进渠道互通，携手开创纺织产业高质量发展新局面。

“安徽纺织服装产业正加速构建以合肥时尚都市圈为中心，辐射联动皖江现代纺织服装产业带、皖北承接纺织服装产业转移集聚区的协同发展新格局。在政策加持下，产业迎来‘科技赋能、绿色转型、时尚突围’的战略机遇期。”安徽省纺织行业协会执行会长叶梁表示，柯桥作为全球领先的国际纺都，是行业发展的风向标，安徽愿意做好浙江纺织产业的“后花园”与坚实配套腹地，既承接柯桥优质面料与技术落地转化，也为柯桥面料提供广阔应用市场，形成产销联动、互惠共生的良性格局。

“安徽已成为苏浙沪服装产能转移的首选地，九牧王、中洲国际、报喜鸟等龙头企业相继入驻，本土力量也在快速成长。而柯桥拥有全球最完备的纺织产业链、最前沿的设计资源、最活跃的商贸生态，今天的对接会正是‘面料端’与‘制造端’‘品牌端’的精准握手。”在安徽省服装行业协会党支部书记戴俊杰看来，柯桥有优质面料、前沿设计与全球视

野，安徽有制造基础、品牌潜力和市场空间，两地携手是产业链上下游的深度耦合，更是长三角纺织服装协同发展的生动实践。

柯桥与合肥，一个掌控着全球面料与时尚创新的“话语权”，一个积蓄着智能制造与品牌成长的“爆发力”。当“国际纺都”的全球视野与“创新高地”的智造潜力深度碰撞，这场跨区域的产业共振是两地以“一块布”链动未来的崭新起点。

共襄盛会： 柯桥向合肥发出诚挚邀请

展会是柯桥链接世界的窗口，也是推动区域合作的重要纽带。从国际性行业盛会到专业性产地展会，柯桥以完整的会展矩阵向世界敞开大门。

在活动现场，绍兴市柯桥区中国轻纺城党工委委员、建管委副主任祁金通向安徽纺织业界发出了三张“邀请函”——第九届世界布商大会、2026柯桥秋季纺博会、2026柯桥时尚周（秋季）三大盛会将于11月上旬举办。这三张名片，承载着柯桥从“世界工厂”向“世界时尚策源地”跃迁的雄心。祁金通介绍，世界布商大会已连续成功举办八届，去年有来自60余个国家和地区的业领袖参会；2026年柯桥春季纺博会展览面积达5万平方米，参展企业800余家，吸引采购商超8.4万人次，各项数据创历届柯桥春季纺博会之最；而柯桥时尚周历经十度春秋，推动柯桥的时尚策源力和时尚品牌力持续增强。

绍兴市柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会会长赵君会带来“全球居家纺织品生态时尚展暨绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会”推介，进一步拓宽了双方合作的品类边界。他介绍，展会将于8月12—14日举办，践行“市场+展会”双轮驱动模式，双展融合，展品覆盖窗帘窗纱、墙布墙饰、餐厨卫浴布艺、沙发软体、户外布艺等全品类生态，打造一站式整体软装采购高地；渠道方面实现线下沉浸式展厅与线上云直播联动，内外销双向发力，设立跨境展区，全链路赋能企业拓展全球市场。

趋势洞察： 从“流通载体”向“产业枢纽”跨越

当前，专业市场正处于深度调整期与战略机遇期并存的关键阶段。专业市场的变革与重构，正在重塑纺织流通领域的新格局。“十五五”时期，专业市场要拥抱变革、共创未来，通过优化资源配置，实现优势互补，形成“东部研发创新+中西部智能制造+全国渠道流通”的跨区域

协作新模式。

“2025年全国万平方米以上纺织服装专业市场总成交额2.39万亿元，头部效应显著。2026年一季度流通分会重点监测的44家纺织服装专业市场（含市场群）成交额4564.92亿元，同比增长8.30%，柯桥等产地型市场强势领跑。”中国纺织工业联合会流通分会副会长、中国纺织工业企业管理协会副会长兼秘书长王水元作纺织服装专业市场运行情况及“十五五”时期发展趋势分析。他指出，“十五五”时期，专业市场呈现数智化深度渗透、产业协同化升级、品牌化大幅跃升、全球化布局提速四大趋势，从“传统流通载体”向“现代产业枢纽”跨越，不仅是市场形态的升级，更是为纺织强国建设贡献坚实流通力量的使命担当。

精准互动： 当柯桥面料遇见“皖”美制造

对接会的价值，不在于规模的大小，而在于合作的深度。从成衣秀的视觉盛宴到面对面的供需洽谈，柯桥与合肥企业正在用每一次握手，书写产业链协同的新故事。

柯桥输出的不仅是面料，更是时尚的策源力。活动现场，盛世天宇、杨世新材两家企业的成衣动态秀，用流动的线条和创新的材质，打破了“面料就是中间品”的刻板印象。保暖时尚两不误，盛世天宇本次走秀带来多款创新羽绒面料，涵盖超细旦涤纶三防系列、尼龙66高密无胆羽绒系列、牛仔肌理植绒及轻量化功能性系列等，为高端羽绒服提供兼具奢华触感与科技性能的全新解决方案；杨世新材本次走秀联合柯桥区职教中心，由职校学生运用AI辅助设计完成的服装作品登上T台，从算法生成立体廓形到智能匹配色彩语言，年轻一代用大胆创意将杨世新材的户外功能性面料展现得淋漓尽致。

秀场上的灵感碰撞，很快转化为精准对接环节的务实洽谈。30家柯桥面料企业带来了数千款产品，从天然纤维到纺织新材料，从创新工艺到功能性“黑科技”，应有尽有。凤凰庄的特色套装料、轻户外针/梭织及专业色纺面料，亚星纺织的工装、职业装、医用、校服、户外运动等面料以及防静电、防酸碱、阻燃等功能性面料，皮尔波澜的精纺羊毛面料，三川纺织的男女式衬衫面料，老鲍纺织的TR梭织、超细旦面料，红酸枣纺织的人丝、天丝、铜氨、真丝、羊毛及棉类面料……深受合肥服装企业青睐。

“我们主营团体职业装，之前就与柯桥许多面料企业有长期合作，公司所需面料80%来自柯桥，今天在对接会上找到了好几家匹配度很高的优质面料企业，无论是手感还是性能参数都非常符合我们的需求，双方已经互相添加联系方式，并约定好下一步开发打样。”安徽省嘉天惠服饰有限公司总经理王惠说道。诸多服装企业纷纷表示，这样的精准对接省去了大量跑市场找样的时间成本，让供需双方能够高效匹配。

当日下午，柯桥企业还实地走访了合肥英帝莱克服装科技有限公司、安徽戴衫服饰集团有限公司，深入考察企业生产线、研发设计中心及样品展示区，了解服装企业在面料采购、工艺创新、设计趋势等方面的实际需求，为后续协同创新、深度合作打下坚实基础。

从一块布到一件衣，从一场会到一张网，柯桥与合肥的强强联手，正在“十五五”开局之年，书写长三角纺织产业协同发展的崭新篇章。



扎根客户中心，搭建信任桥梁

访浙江荣祥纺织股份有限公司销售经理毛燕霖

■ 本刊记者_王利 文/摄



毛燕霖

在中国轻纺城，“前店后厂”并不是一个新概念，却在一代代纺织人的创新实践中展现出新的形态和生命力。作为一家坯布生产企业，浙江荣祥纺织股份有限公司的客户群体中，近六成都是柯桥本地面料企业。面对这群身处市场前沿、需求最密集的客户，“布二代”毛燕霖主动扎根客户中心，完成了一场关于经营哲学的代际更替。

毛燕霖的父亲是地道的嘉兴人，那一代的经营理念是“把产品做出来，卖到各地去”，生意是靠两条腿跑出来的。到了毛燕霖这里，逻辑彻底翻转：把工厂留在生产端，把人心放到市场端，用“扎下根”代替“来回跑”，用数字化提效代替人海战术，用定制化服务代替标准化出货。从嘉兴到柯桥，不过一百多公里，却拉开了一家传统纺织企业从“卖布”到“一站式服务”的跨越。

从嘉兴到柯桥：工厂开进客户心里

上世纪90年代，当中国轻纺城成为全国首批冠名“中国”的专业市场，五湖四海追梦者奔赴而来，毛燕霖的父亲也在这股浪潮中看到了属于自己的机会。“嘉兴有纺织工厂，柯桥有专业市场，父亲常年往返于两地之间，用一趟趟奔波串起了从布匹到生意的链条。”毛燕霖回忆道。

随着生意越做越大，2000年，荣祥纺织正式开设了自己的工厂。2020年，毛燕霖大学毕业后正式进入家族企业。也正是在这一年，荣祥纺织决定在中国轻纺城坯布市场设立门店。谁去驻点？刚毕业的毛燕霖站了出来。从嘉兴到柯桥，她把办公桌搬到了客户最集中的地方。“父亲那辈，跑一趟就回嘉兴，而我选择住下来。”毛燕霖说道。而这一“住”，彻底改写了荣祥纺织与客户之间的距离感。

对于毛燕霖而言，“走进客户中心”不是一句口号，而是每天的工作方式。她除了处理门店的日常工作，还主动走出去，去客户的公司聊新品需求，去市场里看别的档口在推什么面料。她发现，很多时候客户自己也不确定要什么，坐在办公室打几个电话根本问不清楚，跑一趟、聊几句、亲手摸一下布，单子反而定得更快。这种“住下来”的打法，把荣祥纺织的客户响应速度提升到了前所未有的层级。

工厂在嘉兴稳步扩张，门店在柯桥日渐繁荣。驻扎柯桥的效果，最终落在了数字上：荣祥纺织坯布市场门店的年销售额，从2020年的近5000万元到2025年的5.5亿元，增长了10倍。如今，荣

祥纺织工厂已拥有喷水织机2400台、喷气织机200台，产能规模在区域内具备相当竞争力。

六年时间，毛燕霖用实际行动证明了她的判断：把工厂留在嘉兴是根基，而把服务送到客户触手可及的地方是养分，这样生意才能枝繁叶茂。

10倍增量秘诀：更快、更准、更稳

如果说驻扎柯桥是荣祥纺织的战略决策，那么“更快、更准、更稳”则是毛燕霖实现10倍增长的行动准则。

更快，研发抢在客户需求之前。身处中国轻纺城，近距离接触客户，让她能更快捕捉全球面料趋势，缩短了从需求到落地的链条。荣祥纺织主营仿醋酸、乐丽丝、套装裤料、天丝、棉锦、双包等系列，近年来大力推进天然纤维与涤纶混纺，随着麻、羊毛、天丝加入，产品价格从3—5元/米拉高到7—10元/米，产品附加值进一步提升。今年新推出的仿醋酸鎏金缎，手感垂顺、亲肤感好，已成为热销爆款。

更准，服务做到客户心里。常规化产品是底盘，精准化定制才是壁垒，这是毛燕霖扎根柯桥六年得出的结论。公司的小提花和天然混纺系列，可根据客户要求的组织、克重、配比灵活调整，真正做到“一客户一方案”。这种精准不是靠经验猜出来的，而是在与客户深度交流中“磨”出来的。荣祥还为客户提供成品布样，方便他们直接向下游推荐，把服务从“卖布”延伸为“帮客户卖布”。

而支撑起“快”和“准”的底层逻辑，是产品质量的“稳”定性。走进荣祥纺织的车间，ERP系统的大屏上实时跳动着每一笔订单的进度。这套数字化系统让毛燕霖实现了全流程管控和效率优化，过去抓综环节需要20个人忙活，现在只需4人就能完成，质量稳定性也更高。同时，公司严格进行坯布全检，每个经轴取出货前10米去染色，确保布面色差、手感达标后再批量生产。“坯布是基础，每个流程都要做好。”毛燕霖反复强调这句话。这种前置质检，有效避免了后续环节更大的质量事故，也让荣祥在客户中积累了“品质稳”的口碑，让客户每一次下单都不需要担心品质波动。

采访从开始到结束，毛燕霖的手机一直响个不停。她笑着调侃：“做布就是这样，永远有人在等你回复。”从父亲那辈用脚步丈量市场，到如今她零距离连接客户，变的是方式，不变的是对这块“布”的执着。在毛燕霖看来，真正的竞争力，从来不仅仅在工厂里，更在你愿意停留的地方。



Focus / 聚焦

中远海运绍兴仓在轻纺数字贸易港揭牌启用

近日，由浙江纺都国际货运代理有限公司与绍兴中远海运集装箱运输有限公司联手打造的中远海运绍兴仓，在轻纺数字贸易港正式揭牌启用。中远海运绍兴仓的成立为柯桥纺织品的出海打通高效通道，切实破解外贸企业长期面临的运输瓶颈。

据了解，该仓库重点服务于本地外贸生产企业和货代同行，可提供涵盖流通加工（如打包、打卷、换标），装箱加固（含内装、加固、拍照监装），仓储管理（临时存放、库存管控、区域分拨）以及灵活拼箱（LCL）在内的全链条标准化物流服务，便于中小微订单灵活出运。依托轻纺数字贸易港的智能化仓储资源与交通枢纽优势，货物从该仓库直接运抵港口后，不仅运输组织更加灵活、运费更具优势，还能在旺季帮助企业迅速锁定舱位、有效降低甩箱风险，为出口企业降本增效提供有力保障。

浙江纺都国际货运代理有限公司作为浙江中国轻纺城集团股份有限公司旗下企业，具备海运、空运、铁路等多式联运能力，并配有自营车队、报关行及海关监管场站等完备资源，可一站式承接仓储、拖车、报关、订舱等业务。中远海运则拥有成熟的国际集装箱运输、船舶代理及多式联运综合网络。双方强强联合后，柯桥外贸企业只



启动仪式现场。

需将货物交付至该仓库，即可便捷直送港口，运输组织更加灵活，不仅显著提升集货效率，还为柯桥外贸稳增长注入新动力。

除了与中远海运的深度合作，浙江纺都国际货运代理有限公司已携手马士基等国际海运龙头企业，并将持续拓展与更多船务公司的战略协作。未来，随着多方资源的汇聚，柯桥纺织品出海将获得更为丰富的航线组合与更加稳定的舱位保障，有效缓解旺季运力紧张局面。（王耀祖）

三大实战课程 为商户“充电蓄能”

近日，中国轻纺城经营户素质提升工程第48期夏季专项培训在浙江开放大学柯桥学院正式开班。180余名来自纺城的经营户齐聚一堂，参加为期两周的系统化培训，为自身“充电蓄能”。

本次培训创新开设商务演讲实战、商务韩语强化、直播带货速成三大特色课程，全面覆盖传统商贸升级、外贸业务拓展、新媒体线上经营三大核心场景，针对性补齐经营户能力短板，全方位提升市场经营核心竞争力。值得一提的是，全新推出的商务演讲实战课程成为本次培训的一大亮点。课堂聚焦真实商贸场景，深入讲解演讲核心逻辑，并结合面料推介、客户洽谈等实景开展高强度实训，确保演讲技巧能够落地应用于日常业务之中，助力商户从“能说”向“会说、善推”转变。

据了解，“中国轻纺城经营户素质提升工程”于2008年8月启动，以“全国终身学习品牌、省成教品牌项目”，始终坚持为市场服务、为经营户服务”的工作理念，坚持开展培训，以实用、管用为导向，将课堂所学无缝对接到商铺实战，为轻纺城的持续繁荣不断注入内生的专业力量。

以本期专项培训为新起点，越来越多的经营户将带着新技能、新视野重返店铺，直面客户，在面料推介、跨境洽谈、线上引流等真实业务场景中检验所学、迭代方法，把课堂上的“金点子”转化为店铺里的“真订单”。未来，这项工程还将继续紧跟业态前沿、对接实战需求，为中国轻纺城锻造一支懂技术、善经营、会创新的高素质经营者队伍，为区域商贸高质量发展注入源源不断的人才动能。（唐小狄）

生物质纤维面料开发及新产品对接会在柯桥举行

近日，生物质纤维面料开发及新产品对接会在中国轻纺城纺织新材料中心举行。本次活动以“生物织见 绿动新生”为主题，邀请纤维、纱线、面料企业、市场经营户及高校代表近百人，通过沙龙研讨与样品对接，展示生物基材料最新成果，推动绿色纤维与下游市场精准协作。

分享环节，参会企业分别展示了各自在原料开发、工艺革新及产品应用方面的最新成果。杭州尚选科技展示DukK®生物基控温技术，以软膜微胶囊工艺实现动态吸放热，体感稳定在28—32℃舒适区间，兼具抗菌低敏性；德美公司推出LyoZeo®技术矩阵，能够有效解决莱赛尔纤维原纤化、缸染擦伤及洗后变色等问题；浙江启宏新材料发布“安文思”胶原蛋白纤维，开创皮革废弃物高值化利用新路径；苏州春盛环保展示聚乳酸（PLA）纤维，为时尚与产业用纺织品提供了“从自然中来，到自然中去”的闭环方案；汇纤纺织与帛丝丽联合推出帛桑®丝，改善真丝易皱、耐磨性差等短板。随后，绍兴理工学院劳越明教授作《生物质纤维面料的产业化逻辑与设计赋能》专题报告，为绿色纤维落地提供系统路径。

在随后的对接环节，现场20余家参会企业形成从纤维到成衣的微型产业链长廊。展品涵盖内衣、家纺、保暖服饰、时尚女装等品类，参会者直观感受生物基材料完整形态。供需双方围绕性能优化、场景拓展、成本控制及供应链协同深入交流。多家企业就成本与交货周期务实磋商，现场达成初步打样合作意向，约定后续推进样品测试与工艺验证。

在绿色消费浪潮与前沿科技创新的双重驱动下，生物质纤维正加速从前沿概念走向多元场景，从发展趋势凝聚为行业共识。未来，纺织新材料中心将持续聚焦绿色纤维、功能性面料方向，常态化举办技术沙龙、新品推介与供需对接活动，助力企业精准匹配资源，推动实验室成果向市场化产品高效转化。（唐小狄）

从“低价中标”到“价值取胜”， 纺机业能否改写游戏规则？

■ 本刊记者_墨影

“十五五”已经启幕，对于中国纺机行业而言，这既是一个承前启后的节点，也是一次重新审视自身定位的机会。历经多年深耕，我国纺机行业已建成全球规模最大、品类最齐全的产业体系。过去几年，我国纺机行业取得了不少突破：出口总量超过德国、日本、意大利三国之和，部分领域的国产设备已能够与国际一流品牌同台竞争。但在这背后，行业也面临着部分高端技术受制于人、低端市场价格内卷、产业链协同不足、部分传统赛道遇冷等现实难题。

当下，行业企业都在围绕未来的发展方向进行思考和布局。有人感慨行业高速增长阶段已经过去，有人担心价格竞争的路会越来越窄，也有人坚定地表示“最后一公里最难，但需要一步一步扎实推进”。这些声音交织在一起，折射出中国纺机行业在新时代背景下的清醒与务实。

抢抓时代机遇，全力破解发展困局

当前，全球纺织产业持续梯度转移，印度、孟加拉国等低成本区域纺织产能不断扩张，为国产纺机设备、技术服务、工程成套出海打开了广阔市场。与此同时，人工智能、大数据、数字孪生等新技术加速落地，智能化改造成为纺机行业转型升级的主流方向。

新时期，中国纺织行业正围绕“科技、时尚、绿色、健康”发展新质生产力，不仅为主流纺机发展送上政策东风，也为丝绸这类特色产业提供专项扶持。玻纤、碳纤维、新型纤维素纤维等高性能材料快速普及，更是倒逼纺机装备加速迭代，催生一大批新设备、新工艺与新应用场景。多重利好叠加，让“十五五”成为纺机产业抢抓机遇、提质升级的黄金期。

机遇之下，行业发展的痛点与短板也愈发凸显。核心技术“卡脖子”仍是制约产业向高端攀升的最大障碍。在碳纤维装备领域，国内主流产品集中在 T700、T800 级别，更高规格产品多停留在试验阶段；喷丝板、计量板等精密核心配件长期依赖进口，海外厂商牢牢掌握定价权与供货节奏，这类产品小孔加工、精密成型工艺壁

垒极高，国内产品在稳定性、使用寿命上仍有不小差距。此外，高端芯片、专业服务器、伺服系统等配套硬件发展滞后，也拖累了智慧工厂、远程运维等智能化场景的普及落地。

市场端的乱象同样不容忽视。加弹机、数码印花机、普通纺织器材等准入门槛偏低的领域，新入局者不断增多，市场日趋饱和。行业招投标环节“唯低价中标”的现象普遍存在，恶性价格战不断压缩企业利润空间，导致企业研发投入不足、产品品质下滑，陷入恶性循环。叠加国际地缘局势波动、国际油价起伏，上游原材料价格大幅震荡，不少制造企业承压前行。

除此之外，产业链协同不畅、行业标准不统一也是长期存在的问题。因全流程系统集成能力薄弱，材料研发、精密加工、生产工艺难以深度融合，各类设备参数互不兼容，拉低了全产业链运转效率。

针对一系列行业难题，业内已形成普遍共识：“十五五”期间，全行业要重点推进系统化、专业化、标准化建设。打通产业链各环节壁垒，提升国产装备整体配套能力；深耕材料、加工、工艺等细分领域，走专业化发展路线；建立统一的行业质量、效率、管理标准，为产业高质量发展筑牢根基。

深耕细分赛道，全速激活动能

纺织装备不同赛道、不同发展阶段，技术难点各不相同。眼下，全行业围绕智能制造、进口替代、绿色低碳、性能升级四大方向精准发力，各大企业结合自身主业布局攻坚，在各自领域跑出升级加速度。

经纬纺机把打造全流程智慧工厂作为核心目标，规划了清晰的落地路径：先升级单机设备，打造高产高效机型，搭建自动化输送线、智能运载设备与数字化管理系统，建成现场级无人工厂；再融合 AI、大数据、在线检测、人机交互技术，实现工艺与质量智能匹配。同时聚焦差异化赛道，针对技术要求更高的毛纺、麻纺短流程设备加大研发力度；紧跟新材料发展趋势，提前布局适配碳纤维、玻纤等产品的成型机、经编机、3D 立体织机等新装备。在纺机专件板块，一方面持续打磨现有产品品质，打造标杆工厂；另一方面推动新技术、新材料、新工艺融合应用，探索全新解决方案。

日发纺机则立足自动化升级与跨界融合，优先用智能设备替代



纺机产业正在不断突破瓶颈，释放活力。

高温、高湿、高强度等高危岗位，逐步实现全产线自动化；正视国内算力、芯片领域的差距，重点突破服务器与算力技术，为智慧工厂保驾护航。同时企业还推动纺机技术与纤维材料、电子软件跨界融合，让装备运行更高效、更稳定。

面对客户提出的高质、高产、绿色、智能等综合要求，并条机行业领军企业天门纺机提出了“四性一感”的发展方向，即提升产品的先进性、稳定性、可靠性、可操作性，以及全面优化用户体验感，并通过不断的技术创新与人才培养为持续发展赋能。

海佳机械聚焦五大发展目标：集中力量攻克核心零部件，补齐高端短板，实现高端织机自主可控与进口替代；持续推进数字化、智能化改造，以“机器换人”缓解用工难题；研发节能机型、优化生产工艺，践行绿色低碳理念；跳出价格竞争误区，以产品品质、核心技术、附加价值打造竞争力；积极拥抱 AI 等新技术，力争实现从跟跑到领跑的跨越。

深耕碳纤维全产业链装备的精工科技目前可稳定量产 T700 产品，今年将实现 T800 落地，更高等级产品尚待突破，而喷丝板、计量板等关键配件依旧完全依赖进口。业内纷纷呼吁，将碳纤维等“卡脖子”技术列为行业联合攻关课题，由龙头企业牵头，整合资源，为国产配件提供测试、优化的机会，逐步摆脱对外依赖。

化纤机械领域同样承压。目前国内正规加弹机生产企业已超 20 家，新从业者仍不断涌入，行业利润持续走低。业内也纷纷呼吁加强行业自律，遏制盲目扩产，守护良性市场环境。宏源科技把节能降耗作为研发重点，优化热箱等核心部件，单台设备节电效果理想，以真正价值强化客户粘性。巴马格依托集团整合资源，打通化纤与棉纺两大板块，加速本土化生产与技术创新，同时提出，当前行业已无外部技术参照物，自主创新才是唯一出路，企业应深耕细分领域，携手共筑健康生态。

纺织器材是保障主机性能的“毛细血管”，也是进口替代的关键阵地。白鲨针布持续聚焦产品精度、耐磨度与使用寿命提升，通过嫁接涂层等前沿技术实现多项突破，计划在“十五五”期间，全力攻克高性能弹性盖板等难点项目，冲刺全球行业第一梯队。重庆金猫主营钢丝圈、钢领，目前产品运行转速已达到每分钟 2.1—2.3 万转，

目标直指 2.5 万转 / 分。针对新疆产区沙尘天气加剧器材磨损的特殊工况，企业远赴欧洲定制特种线材，优化合金配比，提升产品综合性能。

印花装备行业虽完成了从传统印花到数码印花的转型，但在直面新的市场竞争压力。德高机电见证了行业数十年迭代变迁，随着数码印花设备快速普及，市场很快陷入价格战。为此企业调整技术路线，将 AI 技术嵌入单机设备，靠智能化、差异化打造产品特色，用省人工、提效率、降成本的优势开辟新赛道。

布局全球市场，聚力打造共赢生态

拓展海外市场、提升国际话语权，是“十五五”期间纺机产业的重要任务。CTMTC 确立了“海外营收占比 30%、海外市场占有率 30%”的双重发展目标，并形成一套成熟的出海打法。企业坚持长期主义，深耕东南亚重点市场，在当地组建常驻团队与本土化技术队伍，靠本地化服务树立品牌口碑。出口模式也全面升级，告别单一卖设备的传统方式，转向“产品+技术+服务+整体解决方案”一体化输出。

在全球化进程中，中外企业的合作模式也迎来转变，从单纯竞争走向竞合共赢。外资企业乌斯特加快本土化布局，在苏州扩充研发力量，推动检测设备本地生产，主动牵手国内龙头企业开展项目合作，深度融入本土产业发展。依托百年技术积淀与海外渠道优势，外资品牌与本土企业优势互补、协同发展，成为行业新趋势。作为全中资控股的国际品牌，卓郎纺机也将发挥自身国际化运营经验，助力同行拓宽出海路径。

筑牢国内产业根基，优化行业生态，是行稳致远的根本。针对部分赛道盲目扩产、恶性价格战等问题，业内企业一致呼吁强化行业自律，引导企业找准定位：龙头企业主攻前沿技术研发，中小企业深耕细分市场，杜绝低水平重复建设。全行业也在加快推进标准化建设，统一工艺、质量、管理规范，打通产业链上下游协作壁垒。

技术攻关方面，行业同仁愿意凝聚合力，针对喷丝板、高端聚合工艺、高端芯片等“卡脖子”领域，采取联合攻关模式，集中资金、人才、试验场景合力突破。各大企业将持续加大自主研发投入，同步培育研发、技能、海外运营等专业人才。不少企业主动开放智能系统、共享工艺数据，降低全行业智能化改造成本。有企业强调，在升级主机技术的同时，一定要同步提升自身制造水平，以高标准生产制造支撑高端装备发展。

如今，纺织装备早已不是传统认知里的落后产业，而是充满活力的朝阳产业。完整的产业链、庞大的应用市场、坚守实业的企业群体，都是行业攻坚克难的底气。坚守长期主义、坚持创新驱动，已经成为全体从业者的共同选择。

潮起风劲好扬帆，砥砺奋进正当时。站在“十五五”发展的起点，纺机产业迎来转型升级、赶超跨越的关键阶段。相信在全体从业者的同心奋斗下，未来五年，纺机产业必将不断突破瓶颈、释放活力，综合实力再攀新高峰，以产业之强助力我国纺织工业、中国制造迈向更高质量的发展阶段。ITA



共识致远，PTA 产业链锚定“双碳”加快转型

■ 王军锋 / 文

近日，2026 年中国化学纤维工业协会精对苯二甲酸分会 / 聚酯及涤纶短纤专委会年会暨行业创新生态共建大会在江苏南通召开。会上，生产企业、装备制造、科研院所、工程公司、期货公司等产业链相关单位代表以及来自研究机构、企事业单位的专家齐聚，共同围绕 PTA 产业链运行现状及趋势预测、大宗商品、期货期权、绿色产品开发、技术和装备研发等展开了分享与探讨。

地缘风险下，从被动承压到主动进化

会上，中国纺织工业联合会产业部规划研究处处长张倩剖析了纺织行业经济运行现状，并指出全球工业分化明显，行业生产保持低速增长；纺织服装内销依托存量消费基本盘与新兴消费赛道双重支撑，实现良好增长；出口整体承压微增，不同市场、品类间分化显著。她认为，当前社会向消费引领型模式加速转型，企业需进行自我革新：一是回归产品价值，跳出规模与价格的低效内卷，以技术升级、功能研发、品质把控构建长期竞争力；二是精准挖掘消费需求，以“产品+体验”切入细分赛道，打造差异化品牌壁垒；三是构建反脆弱组织，以灵活思维、敏捷运营应对不确定性，在组织进化中把握发展主动权。

国投期货有限公司研究院化工首席分析师庞春燕表示，2026 年，中东地缘冲突对全球油气供应体系产生了严重扰动，导致亚洲石油供应出现恐慌性短缺，引发全球石油贸易格局重塑，产业链利润随之调整。与 PTA、聚酯紧密相关的芳烃板块则受到双重压制：一方面，美国调油组分自给率提升，削弱了从亚洲进口芳烃的传统调油需求；另一方面，亚洲本地因装置降负导致化工需求回落。未来需要重点关注霍尔木兹海峡通航恢复的进度以及美国汽油市场的表现，这两大因素将决定芳烃的调油需求与跨区贸易流动。

2026 年的中东霍尔木兹海峡航运风险快速推高了油价，对原油—PX—PTA—聚酯产业链造成显著冲击。新风鸣集团产业研究部主管钱稼丰介绍，由于 PTA 行业在地缘扰动前正处于新旧产能替换带来的景气修复周期，冲突爆发后，PTA 及下游聚酯环节通过主动与被动相结合的负荷调整，反而加速了产业链景气周期的修复。他表示，未来市场关注点在于宏观经济与出口数据、终端补库周期的启动以及新产能投放节奏等关键变量。

江苏华西村股份有限公司特种化纤厂总经理助理刘蕾表示，2026 年中国涤纶短纤市场在地缘冲突冲击下呈现成本主导价格但价格传导不畅的特点。与此同时，高成本使得原生短纤与再生纤维的价差显著扩大，原生短纤与棉花、粘胶纤维、莱赛尔纤维的价差逐渐收窄，替代品的竞争愈发激烈，使得直纺涤纶短纤的市场空间遭受多重挤压。涤纶短纤行业整体面临传统需求增速放缓，而同质化产能仍在扩张，行业企业需要从“价格竞争”向通过技术升级实现“价值竞争”的转型，并探索绿色化、差异化的发展路径。

2026 年上半年受地缘冲突影响，PX 供应偏紧导致聚酯长丝和短纤产量均出现同比下滑。浙江恒逸石化销售有限公司市场研究主管汪晗悦

当前，企业需回归产品价值，跳出规模与价格的低效内卷，精准挖掘消费需求，构建反脆弱组织，把握发展主动权。



大会现场。

表示，若下半年 PX 供应逐步恢复正常，预计全年原生加再生的聚酯纤维总产量同比微增。截至 2026 年年中，产业链库存处于同期低位，在下半年消费增长预计快于供应增长的背景下，全年库存有望去化至 60 天以内。

东吴期货有限公司江苏分公司总经理沈良表示，目前行业企业面临“一口价”订单导致利润空间被压缩、采用“上月均价”或“后点价”模式面临亏损风险、长期订单锁价难、担心原材料涨价又忧虑直接采购成本偏高以及担忧库存价格下跌等问题，迫切需要找到破局的路径。企业可以运用场外期权这一风险管理工具来有效应对经营痛点。他结合金融机构的服务实践，分享了如何用好场外期权工具，使企业更精准地管理价格风险，锁定成本或利润，实现稳健经营。

“双碳”驱动，行业走出多元技术路径

“双碳”目标与资源可持续发展的背景下，以生物基 2,5- 呋喃二甲酸 (FDCA) 为关键单体的聚呋喃二甲酸乙二醇酯 (PEF) 是聚酯行业绿色解决方案之一。浙江恒逸石化研究院有限公司化工所副所长吕喜蕾介绍，作为生物基芳香族聚酯，呋喃二甲酸聚酯 (PEF) 相比传统石油基 PET，其阻隔性能 (阻氧、阻碳) 提升了数倍，在高端包装、电子材料等领域展现出巨大的应用潜力。恒逸研究院深耕绿色化学领域，已成功攻克核心技术瓶颈，实现了从单体合成到聚合工艺的全流程自主研发，并通过了制品性能及行业标准检验，验证了其产业化的可行性。她表示，以 PEF 为代表的高性能生物基聚酯是实现石化下游产业绿色转型的关键路径之一。

PTA 装置的传统保温材料存在老化快、吸水易失效、维护频繁、能耗高、易引发保温层下腐蚀等劣势，已不符合当前节能环保及安全新要求，因此陶瓷纳米保温涂料作为一种新材料应运而生。广东嘉燕工程技术有限公司总经理陈燕介绍，公司生产的陶瓷纳米保温涂料具有保温性能好、使用寿命长、施工方便及兼具防腐与环保等显著优势。该产品和已在海南、浙江、江苏等地大型 PTA 项目使用，为行业提供了长效节能降碳与本质安全提升的可靠方案。

传统 PTA 废水沼气用于锅炉掺烧等方式存在利用效率低、价值不高且易受市场波动影响等问题。INNIO 颜巴赫 (中国) 经理贾大伟介绍了颜巴赫高效内燃机电热联产沼气利用方案，深入分析该方案的投资回报模型与落地优势，为 PTA 行业废水沼气高值化利用提供全新思路。此外，他还介绍了多个标杆项目的落地实践案例，通过颜巴赫高效沼气发电技术对废水沼气进行高价值利用，切实达到了节能减碳、降本增效的目标。

直面当下，布局长远。回顾本次大会，不仅剖析了地缘风险下的生存之道，更描绘了绿色技术驱动的未来图景。TA



流花商圈正从“流量洼地”走向“价值高地”。

中国流花：老商圈，新故事，去全球抢 C 位

■ 本刊记者_罗欣桐

六月，顶着热浪走进广州市越秀区流花商圈。以广州火车站为轴心铺开的这片区域，是全国最大的服装批发集散地之一。业内素有“全国服装看广州，广州服装看流花”的说法。但如今站在这里，会发现记忆中的样子已经对不上了。

十年前，流花的关键词是小推车、黑塑料袋、计算器砍价，市场门口电动车乱窜像赛车场，那是属于“现金、现货、现场”的草莽江湖。如今，流花商圈时尚地标之一、红棉国际时装城门口，网红主播举着云台在商场里直播探店，她们说，不是来进货的，是来“打卡”的。从“进货”到“打卡”，这个词的变化，或许就是流花商圈这十年最精准的注脚。

“散装”流花，被逼出来的“抱团”

流花的故事，不能只讲市场，得先讲一个“组织”——流花商会。2016 年，流花商圈到了一个尴尬的关口：电商冲击一波接一波，消费升级逼着商户变。“那时候我们想得很简单，就是抱团取暖，不能让流花被时代忘了。”流花商会名誉会长、友谊酷都产业园董事长郑岳雄回忆商会成立之初的故事，没有宏大修辞，全是实在话。商会就这么成立了，十年下来，它干了很多单个市场干不了的事。

广州流花服装批发市场总经理江宝昌讲了一个典型例子。疫情来了，外贸客商进不来，老市场差点“断气”。市场只能自己掏出 5000 万做了跨境电商平台，搞“市场采购+外综服”。如今，市场采购贸易交易额突破 4 亿元，商户坐在档口就能把货卖到全球 160 个国家。“这个过程很艰难，但是商会积极帮助我们对接政策、协调资源，做了很多实事。”

在很多地方，商会像个“联谊会”，但在流花，商会是“粘合剂”。政府管不了的细节、企业单干干不成的大事，都靠这个平台来承接。这种“共生感”，是流花能在风浪里站稳的底气。

拒绝“包租公”剧本，批发市场变身“时尚内容池”

如果说商会是“软连接”，那市场自身的“硬改造”，才是转型最精彩的部分。走进现在的红棉国际时装城，会怀疑是不是走错了片场。没有堆满货的过道，取而代之的是策展式空间、轻奢露营风休息区，连电梯间都像小型美术馆。

“以前采购商逛 1 个半小时就走了，环境太单调。现在平均停留 3.8 小时，采购率高四成。”时装城视觉策划总监王勇说。这种变化，源于一场“引狼入室”：2009 年，红棉顶着压力把韩国品牌整层引进，逼得隔壁档主升级店面、学陈列，“千店千面”从此成了红棉的标配。“以前年轻人觉得在批发市场开店没面子，现在年轻主理人觉得在红棉很潮。”王勇说。2025 年的一场潮牌市集，80 多个品牌摆摊，请明星当“一日

店长”，小红书话题互动量破 500 万。“我们不想只卖衣服，我们想做‘可以逛的美术馆’。”

白马服装市场走了另一条路——数智化。总经理金燕妮介绍，他们自主研发了“白马智选”小程序，去年的流花国际服装节上，观众扫码就能用 AI 识别下单秀款，“即秀即买”。“我们培育了 600 多个原创设计师品牌，占 90%。从‘卖货’到‘造牌’，难，但必须走。”流花的升级，没有推倒重来，而是“原地进阶”。只要设计够好、体验够爽，年轻人依然愿意为“线下”买单。与其被直播电商卷死，不如把自己变成直播的“内容源”。

出海进阶：从“广货”到“广牌”

流花从来不只是广州的流花。依托广州火车站和广交会，它一直是外贸的桥头堡，但现在的“出海”逻辑变了。新大地服装城负责人表示，以前是客商来挑货，现在市场要主动“搭桥”。他们改造出“展示+洽谈”的复合空间，搭建海外独立站，带着针织品牌去敲国际市场的大门。“最大的难点不是质量，是品牌认知度和设计话语权。要让国际买家知道，流花不只有便宜货，还有好设计。”

广州流花服装批发市场走得更远，不仅自建平台，还搞起了 TikTok 跨境直播。“流量一年过亿，但我们现在更看重引流而不是即时成交。只要客流落到市场，对大家就是好事。”江宝昌说。

在今年五月的流花商会换届大会暨十周年庆典上，新任会长、红棉国际时装城执行总经理陈志茂明确了方向：让流花从“流量洼地”走向“价值高地”。现场，商会直接与印尼、中亚机构签了战略合作，打造“一带一路”贸易服务站。

十年，一个商圈的回春术

走完这一趟，一个词从记者心中冒出来：逆龄生长。流花商会的十年，是这个商圈从“散装”走向“系统”的十年。它不再是简单的“二房东”聚集地，而是一个集设计、生产、展示、直播、品牌出海于一体的“时尚产业服务器”。从“玉粽飘香”的社区公益，到“兰缘盛荟”的文商旅融合；从疫情时的守望相助，到如今生命健康分会、会展物流专委会的成立，流花正在回答一个时代之问：当传统商贸的红利吃尽，下一程的动力在哪？

流花商会创会会长、红棉国际时装城总经理卜晓强在采访最后说的一句话，值得记住：“流花商会还年轻，才十岁。我们要让流花不仅是中国的时尚明珠，更成为世界时尚版图不可或缺的一极。”

老商圈，新故事。中国流花，从广州出发，去全球抢 C 位。TA

亚太纺链瞭望

三赴新加坡，这家企业连年“锁定”APTEXPO 获得了什么？

访延京纺织科技（江苏）有限公司品牌运营总监王其宇

本刊记者_陶红

一个展会的价值有多大？看它的“回头客”就知道。

对于一家想要出海的中国面料企业而言，答案是用三年时间，通过同一个展会——亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛（APTEXPO），在新加坡叩开东南亚市场大门、触达欧美的精准客商。

“我们最看重的不是展位大小，而是能不能在对的地方，遇见对的人。”延京纺织科技（江苏）有限公司品牌运营总监王其宇说，从首届到即将举办的第三届博览会，延京纺织从未缺席。而他的经验，为所有仍在寻找高效出海路径的企业，提供了一个极具参考价值的样本。

为什么是新加坡？一个对接全球的“入口”

当记者向王其宇确认这份“全勤记录”时，他的语气里没有标榜，更像在陈述一个理所当然的安排。这种理所当然，恰恰是理解APTEXPO平台价值最直接的入口。

“我们最看重的是它的国际化定位。”当被问及APTEXPO最核心的吸引力时，王其宇的回答没有丝毫犹豫。

新加坡的区位优势，让APTEXPO天然具备“全球视野”——一端链接东南亚成熟的客商资源，另一端触达欧美的品牌方与采购商。对于正处于全力推广期、急需提升国际辨识度的企业来说，这意味着一次参展，可以同时撬动两个核心市场。

“联通东南亚、辐射欧美，开放的贸易环境和高效的对接机制，精准汇聚了国际头部品牌和产业链上下游企业。”王其宇表示，这种平台的专业度与行业影响力，恰恰是企业布局全球贸易最稀缺的资源。也正是这一点，让延京纺织年复一年前往新加坡。

展会的最终落脚点，永远是产品。

王其宇透露，APTEXPO 2026上，延京纺织将重点展示自主研发的“气凝胶系列产品”，即次元冰火盾面料。该面料主要应用于秋冬夹克、春秋轻薄外套，防晒服面料研发也同步推进，直击传统面料“保暖不透气、透气不防风”的行业痛点。

依托企业自主研发的气凝胶膜材，面料兼具防风、透气、冷热隔绝等多重性能，更实现材料级智能穿戴突破，可在-10°C至20°C区间自适应环境温度变化，自主调节温控效果，做到一件衣服即可适配防晒、保暖等多场景穿着需求。

值得关注的是，这套温控系统没有电池、没有传感器、没有算法驱动，完全依靠材料本身的物理特性实现。王其宇解释道：“这种不依赖外挂设备的材料，也是智能化落地的一种方式。”

谈到可持续，王其宇表示：“气凝胶本身是环保材料，无污染，从原料端就把可持续做实。”在一个越来越关注碳足迹的国际市场，这种从源头出发的理念，本身就构成了一种无声的竞争力。

三层价值，沉淀企业长期战略资产

展会结束之后，究竟能留下什么？这是每个参展企业都会问的问题。

前两届参展，延京纺织收获了不少国内外客户的初步意向。但功能性面料的开发周期极长，从初步接触、打样、测试，到最终被品牌采用，往往需要数年磨合。“目前我们的合作项目正处于深度磨合与推进阶段，后续成果值得期待。”王其宇说道。



延京纺织生产车间。

然而，一个细节让他对展会的长期价值保持乐观——在APTEXPO上结识的意向客户，数月后竟在另一场境外展会上重逢。

“在新加坡相识，又在别处相逢，这种缘分让彼此越来越熟悉，信任感就这样一点一点累积起来。”他笑着说。对于技术驱动型企业而言，信任从不是一蹴而就，而是在反复相遇中沉淀下来的确定感。

基于前两年实践，王其宇将APTEXPO对企业的助力总结为三个层次：

第一，市场开拓的“超级接口”。APTEXPO帮助企业精准对接东南亚、欧美等地区的专业客商，直接拓宽了市场边界。

第二，产品研发的“校准器”。与国际品牌和采购商面对面交流，让产品研发从“闭门造车”变为“实时校准”，精准把握全球市场趋势。

第三，品牌势能的“蓄水池”。每一次亮相都在积累潜在客户和行业认知，信任关系在这里不断储蓄，形成持续增值的复利效应。

三层价值环环相扣、层层递进，展会变成企业的长期战略资产。

谈及企业在APTEXPO生态中的定位，王其宇思路清晰：“我们希望成为户外功能型面料领域的核心参与者和技术推动者，用硬核技术与平台完善这一赛道。”

与此同时，王其宇也对平台未来发展提出了更高的期待，希望APTEXPO能在以往基础上吸引更多来自全球的真正硬核户外品牌入驻，更聚焦专业赛道，打造一个垂直度更深、国际影响力更强的行业展会。在他看来，只有与更多在同样技术语境内思考的品牌相遇，供需双方才能碰撞出最具价值的合作。

延京纺织的参展历程，放在整个行业的大周期中或许只是很短一段时间，但它所折射出的逻辑却具有普适性。

在这个充满不确定性的时代，能够让人年复一年奔赴的，不是华丽的展台，也不是响亮的口号，而是可被验证的商业价值、可被感知的专业深度，以及可被累积的信任关系。

2026年11月11—13日，当APTEXPO 2026再度拉开帷幕，延京纺织的狮城故事将翻开第三篇章。无数像延京纺织这样的企业也将奔赴狮城，在新加坡金沙会议展览中心那道标志性的弧形穹顶下，通过技术的交锋、认知的同步与信任的持续累加，共同织就亚太供应链更富韧性的未来。TA

一块沙发面料如何链通全球？

解码海宁家纺的“破圈”逻辑

本刊记者_云娟娟

当家居消费从“买一件沙发”升级为“装一个家”，沙发面料不再只是沙发的“皮肤”，而是决定整个空间质感的核心元素。这一消费变革趋势，正被许村这场专业展会精准捕捉。6月8—10日，首届海宁国际高端沙发面料展在海宁许村·海宁中国家纺城举行。这场聚焦高端沙发面料细分赛道的专业展会，是海宁家纺区域品牌从“面料输出”向“方案输出、品牌输出”跃升的关键一步。从一块面料到整屋软装，从许村制造到全球共享，海宁家纺正以专业展会为纽带，链通全产业链、联动内外市场，书写产业内外双循环发展新图景。

破局：垂直办展，疏通产销堵点

长期以来，沙发面料大多依附综合家纺展会展出，品类繁多、聚焦度不足。许村坐拥雄厚的沙发布产能与研发实力，但上游企业缺少直面终端市场的窗口，下游沙发工厂也面临选品渠道零散、新品资讯滞后等问题。

首届海宁国际高端沙发面料展的最大价值，就是以专业垂直展会打破产业壁垒。展会聚焦高端沙发面料单一品类，搭建“源头工厂—沙发制造—软装设计—家居品牌”全链条对接平台。通过划分高端品牌美学区、功能科技面料区、高性价比现货区，结合美术馆风格场景化陈列，让面料不再是孤立的原材料，而是可看、可感、可落地的家居空间方案。

今年5月，许村镇党委委员高力超率队赴广东，走访佛山、顺德、东莞、惠州四地家具行业协会及重点企业，与顺德家具协会达成看样、验厂、采购“一站式”共识，还与东莞名家具俱乐部达成合作意向，探索以优质国产面料替代进口面料的合作路径。从“走出去”到“请进来”，“海宁家纺”用一场展会，完成了面料产地与家具制造产区的深度链接。

固本：集群聚力，筑牢产业根基

“海宁家纺”的底气，源于许村三十余年沉淀的全链条产业硬核实力。8000余家企业主体在此集聚，从纱线原料到织造染整，从花型设计到物流配送，形成了全国少有的全产业链闭环。全镇织造设备保有量超过一万台，其中不少达到国际先进水平，为高端面料的高精度生产提供了硬支撑。

在创新层面，当地企业一改过去同质化内卷的发展思路，形成开放共享、协同创新的产业氛围。产学研协同创新已成常态，浙江理工大学、东华大学、江南大学等院校的研发资源与本地产业深度对接，前沿材料、绿色技术、流行趋势在这里加速走向生产线。

大凌纺织经营者凌女士深耕行业二十余年。她的档口被客户戏称为杂货铺、百货商店——产品品类丰富齐全，客户可一站式采购，无需多方比价。这正是“海宁家纺”产业集群优势的缩影。

恒丰纺织布艺有限公司总经理汤其国，1999年进入该行业，目前公司外贸占比70%，产品覆盖全球多个市场。他认为，海宁家纺的产业链完整、产品层次齐全，从欧洲的高标准到非洲的高性价比，都能提供匹配的产品。



展会现场。

拓界：联通全球，打开外贸新局

本届展会迎来了欧洲、美洲、中东、中亚、南美等地区的60余位国际采购商，客商涵盖西班牙、美国、摩洛哥、巴基斯坦、哈萨克斯坦、俄罗斯、阿根廷等多个国家。

阿卜杜勒·库达斯公司CEO马哈茂德·汗表示，企业深耕中国面料采购贸易超过15年，年均出货约100个集装箱。“海宁家纺的面料品质稳定、花色紧跟全球家居流行趋势，是我们持续合作的关键原因。”

来自摩洛哥的阿麦德，从事沙发面料跨境采购已超过十年。他表示：“海宁家纺的产品推新节奏快，品质逐年提升，消费者更愿意为高品质买单。”

客商的多元需求，倒逼许村企业练就了一身“因需定制”的本领。欧美、中东高端市场重视原创肌理、阻燃抗污等硬核功能；东南亚年轻化市场偏好新潮色系；中亚传统市场更看重品质稳定与长期供货能力。面对分层化的全球需求，许村企业主动调整战略，实现外贸品质反向赋能内销、内外市场双向打通。

升维：价值跃迁，打造美学服务新优势

随着产业链不断融合、国内外市场持续打通，海宁家纺正在完成一场深刻的产业价值升维——从“面料供应商”向“空间美学服务商”的战略跃迁。

行业趋势清晰显示，市场需求已从“面料耐用”转向“空间高级、风格统一、体验舒适、绿色健康”。多位广东佛山沙发制造企业的设计师表示，家具面料潮流更新速度快，当前主流风格是老钱风、度假风，整体风向紧跟服饰、奢侈品流行趋势。

顺应这一变革，许村头部企业纷纷跳出“只做面料”的传统思维，将色彩美学、肌理设计、功能创新深度融合。过去，企业对客户讲的是“这款面料多少钱一米”；现在，越来越多的许村企业在展会上展示的是“这个空间用了什么面料、搭配了什么颜色、营造了什么氛围”。从卖产品到卖方案，从讲价格到讲价值，这种转变正在许村悄然发生。

“以前客户来许村，是来找布料的；现在客户来许村，是来找灵感的。”一位参展企业负责人这样形容展会带来的变化。当面料企业开始理解空间美学、开始为客户提供整体搭配方案时，产品的附加值就不再是几块钱的差价，而是整个供应链条上的价值重塑。

从“面料工厂”到“软装生态”，从“产地供货”到“全球品牌”，首届高端沙发面料展让行业看到了海宁家纺的深厚底蕴与开阔视野。未来，随着“细分展+常年展”“内销+外贸”“制造+服务”多轮驱动，海宁家纺有望在全球软装供应链中占据更核心的位置，为中国家居产业输出更多“海宁方案”。TA

慈星股份收购 STOLL 核心资产， 重塑全球针织装备行业格局

■ 本刊记者_郝杰

近日，慈星股份收购德国 STOLL 核心资产，揽入其高端专利、技术及全球渠道。此举意在填补国产装备高端短板，推动企业从规模领先迈向技术、品牌双驱动，为中国纺织装备出海赢得更多国际话语权。

6月16日，宁波慈星股份有限公司发布公告，公司联合全资香港子公司及其下属企业，与德国卡尔迈耶集团旗下相关企业签署资产收购协议，以3170万欧元（约合人民币2.49亿元）现金收购 STOLL 品牌电脑横机专利、生产技术、销售渠道、不动产等全部核心资产，资产交割阶段持续至2027年4月。慈星股份借助海外并购补齐高端技术短板，推动企业转型升级，带动国内针织装备产业迈向全球价值链上游。

STOLL 是全球高端电脑横机标杆品牌，深耕针织装备行业数十年，掌握高端花式编织、产业用特种面料生产设备核心专利，业务网络覆盖全球超100个国家，在欧美高端纺织市场拥有深厚客户资源与品牌口碑，长期占据全球高端针织设备市场主要份额，与日本岛精共同主导全球高端市场。慈星股份作为国内电脑横机龙头企业，深耕大众及中端市场，国内市场占有率领先，具备规模化制造、成本优势与完善国内渠道，双方资源具备极强互补性。

技术、品牌、市场全面升级， 打开长期成长空间

STOLL 拥有的关键专利及专有工艺在奢侈品针织、汽车及医疗纺织品、三维复合材料等高端应用场景具有较高的技术壁垒。通过本次资产收购，慈星股份不仅获得其覆盖超100个国家的服务网络，更将取得其关键专利技术的所有权及生产制造资料，将从技术研发、业务结构、全球市场、盈利水平多维度赋能公司发展。

实现业务结构迭代升级。慈星股份由传统针织机械设备制造商，转型为时尚针织、产业用纺织品一体化解决方案服务商。依托 STOLL 高端设备技术，拓展高端时装、复合材料、智能纺织新材料装备赛道，摆脱传统通用横机市场同质化价格竞争。

打通技术协同通道，加速智能化项目落地。慈星股份将获得全套核心专利、工艺图纸、制造技术，结合自身针织机器人、数字化工厂、智能制造系统研发成果，推进无人化针织工厂、智能编织机器人产业化落地，缩短高端智能装备研发周期，降低研发试错成本，加快新产品海内外推广速度。

拓宽全球销售版图，提升品牌溢价。慈星股份将承接 STOLL 全球经销、售后服务网络，补齐欧洲、美洲高端市场短板，形成国内中端市场+海外高端市场双向布局，实现高低端产品差异化运营，拉高整体产品均价与毛利率，增强长期盈利能力。



慈星股份针织设备。

缩小中外技术差距， 重塑全球行业竞争格局

本次跨境并购将深刻改变国内针织机械行业竞争态势，带动全产业链升级。

首先，缩小国内外高端装备技术鸿沟。长期以来，我国针织机械设备集中于中低端领域，高端特种编织设备、精密控制系统依赖海外进口。慈星股份吸收 STOLL 成熟专利、工艺，技术成果可反向赋能国内上下游零部件企业，带动精密电机、控制系统、数控软件本土配套企业技术迭代，补齐国产装备高端零部件短板，降低纺织企业进口设备采购成本，加速纺织产业设备国产替代进程。

其次，行业竞争格局重构，国产龙头全球化竞争力大幅增强。此前全球高端市场由海外品牌垄断，国内厂商出海局限于东南亚等新兴市场。收购完成后，慈星股份同时掌握本土规模制造优势与欧洲高端技术、国际品牌，在全球市场和海外巨头直接同台竞争，倒逼国内中小横机厂商加速差异化转型，行业加速淘汰低端同质化产能，行业集中度进一步提升。

最后，引领行业数字化转型方向。依托双方智能工厂、针织自动化技术，带动国内针织机械行业由单纯售卖硬件设备，向设备运维、生产数字化方案、定制化技术服务模式转型，推动整个行业由制造业向生产性服务业延伸，顺应纺织行业智能制造、柔性化小批量定制的行业长期趋势。

业内人士表示，本次收购是国内装备制造企业出海并购优质海外技术资产的典型案例。借助海外老牌企业沉淀的技术、国际渠道，慈星股份打通高端市场壁垒，同时带动国内针织机械产业由成本优势转向技术、品牌双重优势，助力我国纺织装备产业出海，提升中国纺织机械行业国际话语权。后续随着资产交割落地，海内外市场协同效应将逐步释放，推动针织上下游全产业链高质量发展。

据中国纺织机械协会统计，2025年横机销量约10万台，同比下降33%；另据海关统计，我国横机2025年出口金额为2.6亿美元，同比增长34%。2025年慈星股份主营针织横机业务实现销量32459台，同比下降11.89%，其中海外出口3700余台，同比上升约35%，公司整体市场占有率约为32%，同比增长4%；实现横机销售收入约17.51亿元，同比下降9.47%。

慈星股份认为，当前全球电脑横机行业正处于技术迭代与产业升级的关键阶段，呈现智能化与数字化深度融合、高端化与技术壁垒提升、绿色化与可持续发展、全球化竞争与产业整合四大方向。全球市场竞争呈现“头部集中”特征，行业集中度持续提升，中国企业凭借成本控制与本地化服务优势，加速拓展海外市场，推动全球产业分工格局调整。

慈星股份在其2025年年报中表示，未来，慈星股份将立足全球领先的智能针织装备供应商行业地位，以“编织无限可能”为发展愿景，坚持“稳固核心主业、强化价值创造”的战略导向，紧抓纺织行业智能化、绿色化、柔性化转型机遇，围绕夯实核心主业、深化技术创新、拓展高端市场、布局新兴领域四大核心方向，推动公司实现高质量、可持续发展，持续巩固行业龙头地位，打造全球智能针织装备领域的标杆企业，为股东、客户和社会创造更大价值。TA



纺织不设界 敢跨才有为

跨界、跨链、跨想象，让纺织延伸进更多产业

纺织服装周刊 公益广告
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

加快建设纺织现代化产业体系



端午节期成交回缩 价格指数环比下跌

20260622 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20260622 期纺织品价格指数收报于 106.51 点，环比下跌 0.35%，较年初上涨 1.05%，同比上涨 1.61%。



中国轻纺城端午节期间成交回缩，其中：原料市场价格环比下跌，坯布市场量价环比下跌，面料市场布匹量价环比小跌，家纺类产品成交量环比回缩，辅料类量价环比推升。

原料行情环比下跌，涤纶类环比下跌，再生纤维素类下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 92.95 点，环比下跌 0.67%，较年初上涨 6.62%，同比上涨 8.05%。

涤纶类行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数收报于 86.45 点，环比下跌 0.95%。近期华东地区 PTA 现货主流 5950 元/吨，环比下跌 630 元/吨；MEG 主流 4410 元/吨，环比下跌 350 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 7050 元/吨，环比下跌 450 元/吨；无光切片现金或三月承兑 6950 元/吨，环比下跌 450 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格稳跌互现，POY 报价 8446 元/吨，环比下跌 10 元/吨；FDY 报价 8730 元/吨，环比下跌 20 元/吨；DTY 报价 9500 元/吨，环比持平。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 7707 元/吨，环比下跌 153 元/吨。上游聚酯原料价格环比下跌，涤纶原料价格稳跌互现，囤货局部显现不足，下游需求环比回缩，市场成交环比下降，聚酯工厂涤纶长丝价格环比微跌，萧绍地区涤纶短纤市场价格环比下跌，常规品种和大众品种成交量环比下跌。

再生纤维素类行情环比下跌。近期，再生纤维素类指数收报于 90.66 点，环比下跌 0.73%。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 14050 元/吨左右，环比下跌 10 元/吨。人造棉收报于 76.32 点，环比下跌 0.01%；30S 人棉纱价格报 18400 元/吨左右，环比下跌 10 元/吨；40S 人棉纱报 19500 元/吨左右，环比持平。

坯布行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 115.40 点，环比下跌 0.82%，较年初上涨 0.64%，同比上涨 1.20%。

近期，坯布市场营销环比下跌，连日成交呈现环比下降走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布量价环比下跌。其中：化学纤维坯布指数收报于 105.03 点，环比下跌 0.92%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比下跌。

面料行情环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期面料类价格指数收报于 110.54 点，环比下跌 0.11%，较年初下跌 0.42%，同比上涨 0.56%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回缩，夏季面料现货成交和订单发货环比下降，秋季面料下单环比回缩，因对口客商入

市认购环比下降，面料价格指数环比小跌。其中：麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料类成交量不等量下跌。

特色分类指数中：西装面料指数收报于 107.69 点，环比下跌 0.65%，同比下跌 2.78%；帽子面料指数收报于 107.01 点，环比下跌 0.58%，同比下跌 1.82%；印花工艺面料指数收报于 117.22 点，环比下跌 0.51%，同比上涨 0.04%；提花工艺面料指数收报于 107.90 点，环比下跌 0.09%，同比下跌 2.23%；防水性面料指数收报于 111.85 点，环比下跌 0.44%，同比上涨 4.54%；防风性面料指数收报于 108.46 点，环比下跌 0.82%，同比上涨 4.98%。

家纺市场环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.83 点，环比下跌 0.22%，较年初下跌 0.07%，同比上涨 0.14%。

本期家纺类价格指数环比小跌。近期，家纺市场行情环比回缩，整体市场价格环比小跌。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：工程窗纱收报于 101.68 点，环比下跌 0.02%；窗帘类收报于 101.95 点，环比下跌 0.12%；素色窗帘收报于 106.25 点，环比下跌 0.28%；提花窗帘收报于 101.00 点，环比下跌 0.02%；其他家纺类收报于 94.44 点，环比下跌 0.33%。

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 110.90 点，环比上涨 0.37%，较年初上涨 0.13%，同比下跌 2.52%。

本期辅料类价格指数环比上涨。近期，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：带类收报于 122.66 点，环比上涨 0.02%；窗帘布带收报于 107.16 点，环比上涨 4.46%；窗帘花边收报于 104.07 点，环比上涨 0.74%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因下游新订单接单情况不佳，下游需求将局部显现不足，市场行情走势平淡，面料认购踊跃度将有所下降；因国内市场需求平淡，外贸订单局部显现不足，部分贸易商和织造厂家大众产品订单仍显不足，后市夏季大众面料现货成交和订单发货局部下降，秋季跑量产品订单发货局部显现不足，下游服装生产企业、家纺生产企业订单逐步减量，纺织品市场观望情绪较浓，整体市场成交将呈现环比小跌走势。■

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

中国时尚 FIRST STATION

女装面料第 1 站

1F 各类时尚女装面料

2F 针织布、里子布等面料

3F 针织布面料

地址：中国轻纺城东交易区
咨询电话：0575-84090052

广州中大门，时尚中国南大门。

