

# 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 2025.03.31 | 第11期 | 总第1211期







# 中国纺织服装大数据中心

中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持，中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

中国纺织服装大数据中心架构：在北京设立全国中心，在重点省份设立省级中心和地级市中心，在重点产业集群设立数据平台。

中国纺织服装大数据中心功能：为政府宏观决策、区域经济发展、企业生产经营以及国际贸易竞争力提升等提供数据支撑。

- 数据采集和整合
- 数据存储和计算
- 数据分析和挖掘
- 数据展示和应用

数据平台建设、云 ERP/ERP、MES、纺织工业数据、相关政府部门统计数据、进出口数据、产业集群数据、纺织服装上市公司数据、电商数据……



充分发挥中国纺织服装大数据中心的平台作用，推动纺织服装行业数据汇聚，促进产业链、供应链数据融合，形成产业集群、省市、全行业基础大数据库，为政府、产业集群、纺织服装行业、企业提供数据分析、数据大屏展示、数据平台建设、解决方案推广、产融合作、供需对接等服务。

商务合作：  
中国纺织工业联合会信息化部

王先生 010-85229046 13811957097  
宋女士 010-85229513 13683184867  
吴女士 010-85229541 13910583128

(以上数据来源于企业)



1996-2025

## CHINA FASHION FORUM

照见品牌的世界  
构建世界的品牌

2025 第三十届

# 中国服装论坛

服装品牌的本质与未来  
Essence and Future of Fashion Brands

4.01-02 北京东方君悦大酒店  
Grand Hyatt Beijing

主办单位: 中国服装协会  
China National Garment Association

协办单位: Style3D

承办单位: SIGEN 盛世嘉年华  
Undertake by: since 2012

联系人 Contacts

郑女士 186 0100 7951  
刘先生 155 2289 7396



扫码二维码



# 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  
美编 郭淼  
余辉

## 市场推广中心

总监 吕杨  
副总监 罗欣桐  
主任 雷蕾  
王振宇

## 浙江运营中心

总监 赵国玲  
副主任 王利  
记者 边吉洁  
王耀祖

## 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 许依莉  
牛学轶

热线电话  
总编室: 010-85229395 新闻热线: 010-85229379  
发行热线: 010-85229026 传真: 010-85229422

国际标准刊号:ISSN 1674-196X 国内统一刊号:CN11-5472/TS  
广告发布登记通知书号: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*

真诚务实、互利共赢，美国威富集团与中国纺联座谈交流  
产品碳足迹标识发布，全国统一认证制度开启  
二十“圳”青春，阔步向未来  
创新中心与华鼎股份签约，共谋锦纶纤维产业创新发展

## 08 关注 *Attention*

为了 0.01 秒，深耕中国“智”造  
携手并进，筑牢纺织基石！  
魏桥创业集团召开传达学习贯彻全国两会会议精神  
全国人大代表王臻履职归来，第一时间传达贯彻全国两会精神  
传统技艺与时尚创新双向奔赴

## 12 特别报道 *Special*

20 余载商海领航，铸就行业传奇

## 14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

织就健康，柯桥面料创新守护品质生活  
转型之路怎么走？  
链动创新，赋能企业集约化转型

## 18 话题 *Topic*

挑战与机遇并存！2025 中国纺织外贸破浪前行

## 20 化纤 *Industry*

从工艺升级到场景创新，莱赛尔纤维展现广泛应用前景  
纤维新视界·纺织材料创新论坛召开

## 21 集群 *Cluster*

国际范、许村味！海宁家纺成为“双面”大赢家

## 22 市场 *Market*

户外无界，功能无限

## 23 一线 *Frontline*

“盛泽织造”绽春展，创新领航织锦程  
全生物基聚酯，“碳”索纤维未来  
浙江佳人发布 ECOSO (伊可柔) 纤维

## 26 指数 *Index*

春市营销震荡回缩 价格指数环比微跌



万晗  
《纺织服装周刊》副总编辑

# MODERN NARRATIVE

## 打破格局， 东方美学的现代叙事

3 月的中国时尚舞台，中国国际时装周以“盈跃而来”为主题如约而至。

当贵州苗绣与 3D 打印技术在 T 台相遇，当苏绣纹样与 AI 设计算法产生共鸣，中国的时装周正在构建一个既传承千年文明基因，又面向未来的时尚生态系统。这场时尚盛宴不仅是视觉的狂欢，更是中国时尚话语权重构的重要标志。

在我国已公布的国家级非物质文化遗产代表性项目中，纺织类非遗有 237 项。丰富的刺绣、织造、印染技艺以及服饰技艺成为设计师们取之不尽的灵感来源。在本次时装周上，超过一半的品牌选择将非遗技艺作为设计原点。如贵州“村 T”团队组织 45 名山里娃演绎了贵州侗族、苗族民族服饰为主的古阿新大秀，现场效果令人震撼。

我们看到，非遗服饰在设计师的解构重组中展现出惊人的生命力。设计师们摒弃了简单的符号拼贴，转而探索传统工艺与现代生活场景的深度融合。

“非遗服装日常化”渐渐成为服装品牌趋势。今年 3 月，中国汉服基地——山东曹县抓住“三月三”民族节日契机，当地龙头企业民族印象服饰推出了适配职场、日常场景的改良版民族服饰，其设计团队将传统民族元素与现代时尚结合，订单量爆发式增长，生产线 24 小时运转仍供不应求。

在科技创新与绿色环保方面，更多品牌带来了令人惊喜的发布作品。杉杉在本次时装周上发布了中国西服流行趋势，通过解构剪裁、环保面料与智能温控技术重塑商务正装，中国男装品牌正打破传统商务服饰的刻板印象，以“科技+文化”双轮驱动切入高端市场。

裕大华“冰川·1952”品牌全新发布，注重碳迹与循环热力等环保理念，将可持续发展的理念融入每一件产品的设计与制作中，使用绿色低碳面料和可再生填充物，每一件服装都是科技与环保的对话。

当非遗技艺、智能穿戴、环保面料在 T 台交织，当东方美学与国际潮流深度对话，本季中国国际时装周正在书写属于自己的时代篇章，也赋予了服装产业新的内涵。

当下，中国服装产业正经历从“成本驱动”到“价值创造”的深层变革。当技术创新突破临界点、文化表达找到全球化公约数、可持续发展转化为商业竞争力，未来的中国时尚，必将以更开放的态度、更深厚的底蕴，在全球时尚格局中绽放独特光芒。

## View point / 产经看点

据商务部消息，今年 1 至 2 月，我国对外非金融类直接投资 229.7 亿美元，同比增长 9.1%。其中，我国企业在共建“一带一路”国家非金融类直接投资 55.2 亿美元，同比增长 17.6%。

——新华社

财政部 3 月 24 日发布数据显示，今年前 2 个月，全国一般公共预算支出 45096 亿元，同比增长 3.4%。分中央和地方看，中央一般公共预算本级支出 5242 亿元，同比增长 8.6%；地方一般公共预算支出 39854 亿元，同比增长 2.7%。

——经济日报

人力资源社会保障部近日下发关于进一步加大金融助企稳岗扩岗力度的通知，在原有小微企业基础上，将小微企业主、个体工商户等个人纳入稳岗扩岗专项贷款支持范围；同时提高授信额度，将小微企业最高授信由 3000 万元提高至 5000 万元，对个人最高授信 1000 万元。

——中国政府网



纺织服装周刊  
微信订阅号



纺织服装周刊  
微信视频号



纺织服装融媒体  
抖音号



纺织机械  
微信订阅号



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

## 真诚务实、互利共赢，美国威富集团与中国纺联座谈交流

■ 中国纺联外事办 / 供稿

3月18日，美国威富集团一行前来中国纺织工业联合会拜会。中国纺联副会长徐迎新、阎岩，威富集团全球可持续发展、责任、贸易和政府事务副总裁 Sean Cady（庄启迪）先生、政府事务和全球影响高级主管 Julie Sutton 女士等出席座谈会。

座谈会上，徐迎新介绍了中国纺织行业发展情况。中国纺织业拥有完备的纺织制造产业体系，全产业链大类产品生产及贸易规模均居全球首位，是国际纺织供应链不可分割的组成部分，也是保障国际纺织供应链高效、稳定运转的关键一环。

中国纺织业始终将自主创新作为核心发展动力，不断深入推进产业结构优化与转型升级，取得了积极成效。一是创新引领，高端化、智能化特征凸显。二是文化赋能，时尚引领力增强。三是低碳转型，产业责任更趋具象。四是开放发展，构建国际化供应链体系。

与此同时，内需消费总量扩容与结构升级成为重要趋势。中国年纤维消费总量达到3800万吨左右，约占全世界三分之一；人均纤维消费超过26千克，接近中等发达国家水平。近年来，中国消费者对个性化、功能化、智能化、绿色化产品需求增加；根植中国传统文化的国风国潮服饰市场热度经久不息；户外运动、冰雪运动、老年康养等热点消费持续推动大健康市场发展。

未来，中国纺织业将加快建设以科技、时尚、绿色、健康为特征的现代纺织产业体系，全力打造创新驱动的科技产业、文化引领的时尚产业、责任导向的绿色产业、以人为本的健康产业。

Sean Cady（庄启迪）介绍，威富集团成立于1899年，总部在丹佛，是美国财富500强企业。目前，集团拥有VANS(范斯)、KIPLING(凯浦林)、NORTHFACE(北面)、TIMBERLAND(添柏岚)、ICEBREAKER(拓拓者)、DICKIES(迪克斯)等11个户外运动品牌。全球雇员约30000人，年产服装、鞋类及配饰约2.66亿件，在近100个国家销售。

威富集团倡导积极向上、运动健康的生活方式，让更多人成为户外运动、冰雪运动的爱好者。集团以消费者为导向、零售为核心、运营管理高度数字化。集团一向重视中国市场，将亚太区总部设在上海，并在江苏昆山投资建设了运营中心。

对于徐迎新的介绍，Sean Cady（庄启迪）回应，集团始终将创新放在首位，特别是运动时尚对高性能纤维有较高需求，感谢中国合作伙伴提供高新技术产品。此外，集团设计团队持续聚焦传统文化，更是通过中国



与会代表合影。

传统节日，将品牌与消费者深度联结。集团坚持践行社会责任，传递温暖爱心，赋能行业前行。最重要的，集团始终秉承开放合作理念，深信互惠共赢方能成长久之事。

会上，徐迎新对威富集团长期在华发展与合作提出了中肯建议。希望威富集团在妥善解决中美贸易冲突中发挥积极作用。近期，美国连续提高关税的做法，不仅损害中国企业利益，也损害了美国企业和消费者的利益。庄启迪对此表示，集团多次向政府反映其中利害，呼吁政府回归理性，虽尚未取得明显成效，仍会继续努力与政府沟通。

徐迎新表示，希望威富集团紧抓中国内需市场机遇，把握中国内需升级趋势，并客观、公正评价在华发展情况及感受，尊重事实（如新疆棉问题），尊重中国消费者的民族感情。希望威富集团充分利用好中国信息基础设施优势，打造数智化升级优势。同时，遵守中国有关数据安全法律法规要求，保护中国合作方及消费者的合法权益。希望威富集团积极践行绿色发展理念，保持良好社会责任形象。

庄启迪对上述建议深表赞同。特别提到在可持续发展及社会责任方面，集团始终与中国纺联社责办保持着长期友好合作关系。对此，阎岩介绍了中国纺织业责任导向的可持续发展情况，包括行业社会责任发展目标2025、CSC9000T管理体系、行业应对气候变化行动（30·60碳中和加速计划、可持续材料数据库、碳足迹可追溯性及全面评估）、循环经济（未来材料、T2T闭环回收）、性别平等（家庭友好型企业文化）等。阎岩表示，中国纺织业将同世界纺织服装品牌、工厂、国际和民间组织共同努力，为推动全行业可持续发展做出积极贡献。

最后，双方达成共识，将继续保持友好对话与合作，携手推动中美纺织服装互利共赢。

Macro/ 宏观

### 产品碳足迹标识发布，全国统一认证制度开启

日前，国家认监委正式发布《产品碳足迹标识认证通用实施规则（试行）》和中国产品碳足迹标识，这是我国首个系统性产品碳标识认证制度文件。该文件的发布，标志着构建全国统一的产品碳标识认证制度工作取得关键突破。

本次发布的《通用实施规则》明确了认证的适用范围、认证模式、认证流程、标识样式及管理要求等关键内容，对于规范开展产品碳足迹标识认证活动具有重要的指导作用。作为我国首个系统性产品碳标识认证制度文件，这一进展展现了在促进产业绿色转型、推动可持续发展方面的决心。尤其是在当前全球经济复苏和环境保护的双重压力下，此次政策的出台，无疑是引导社会各界关注和参与低碳经济建设的重要一步。

中国产品碳足迹标识以绿色为主，通过“脚印”图形展示“碳足迹”概念，以阿拉伯数字格式披露产品碳足迹量化结果，标识下方附二维码，通过链接提供详细产品认证信息。标识可按比例放大或缩小，标注后清晰可识。这个图案不仅仅是一个标识，更像是一种警示，提醒消费者在选择产品时关注其背后的碳排放。通过这种直观的方式，消费者能够轻松获取产品的碳排放信息，进而做出更加环保的选择。

建立实施统一的产品碳足迹标识认证制度对于推动经济社会发展绿色化、低碳化意义重大。通过对产品碳足迹的严格核算与认证，能够有力引导企业强化节能减排意识，推动生产方式绿色转型，显著降低产品全生命周期的碳排放，从而为我国产业绿色升级注入强大动力。（郝杰）

Expo/ 展会

## 二十“圳”青春，阔步向未来

### 第20届中国（深圳）国际品牌内衣展举行

3月25日，2025中国内衣文化周暨第20届中国（深圳）国际品牌内衣展（以下简称“第20届SIUF中国国际品牌内衣展”）在深圳会展中心（福田）启幕。数以百场的活动、数以千计的展位、摩肩接踵的人潮、来自多个国家和地区的参展商，纷至沓来汇聚成这场“时尚盛宴”。

自2006年首届展会启幕，中国（深圳）国际品牌内衣展便以拓荒者的姿态，见证了中国内衣从“制造”到“智造”、从“本土”到“国际”的蜕变。深圳市内衣行业协会会长、都市丽人集团董事长兼CEO郑耀南在开幕式上致辞说，中国内衣文化周走过二十载春秋，始终坚持以文化为根、以创新为翼，成为全球内衣行业践行“文化自信”的前沿阵地。本届文化周以“凤启华彰”为主题，象征中国内衣行业在时代变革中突破桎梏，从智能制造到零碳产业链布局，正以革新之姿迈向黄金时代。本届盛会汇聚趋势发布、行业赛事、颁奖盛典、高峰论坛、展览展示等，融合全产业链力量，聚焦“科技赋能”、“消费觉醒”、“服务创新”三大内核，推动商业模式革新与产业价值升维。

深圳市光明区领导在致辞时表示，光明区高度重视传统优势产业的高质量发展，已规划建设深圳市内衣产业集聚基地，获批国家首批产业集群区域品牌建设示范项目，集聚了维珍妮、吉田拉链、雪仙丽等知名企业。近年来，光明区聚焦打造“总部+研发+生产”现代时尚集聚区，在核心区域规划建设占地3万平方米的国际现代时尚总部基地，致力于打造科学时尚新风尚，助力深圳打造可持续发展的全球时尚之都。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏在致辞中强调，作为20周年的重要里程碑，本届中国国际品牌内衣展在展览规模、参展阵容、活动内容等方面实现了全面升级，集品牌推广、趋势发布、商贸对接、技术交流于一体，全面展示内衣行业全产业链的新产品、新技术、新设计、新模式，持续引领行业迈向更高质量、更高价值的发展阶段。希望行业在未来发展中，持续深化人工智能、柔性制造、虚拟试衣等数字化技术的融合应用，推动企业智能化、绿色化转型；加强原创设计和品牌建设，打造具有全球影响力的“东方美学”标识；提升绿色制造水平，扩大绿色产品供给，倡导可持续消费理念，构建更具价值创造力和可持续竞争力的内衣产业新生态。

Company/ 公司

## 创新中心与华鼎股份签约，共谋锦纶纤维产业创新发展

3月17日，江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司（国家先进功能纤维创新中心）董事长梅锋一行前往义乌，在华鼎总部大楼隆重举行战略合作框架协议签约仪式。此次签约标志着双方将建立长期、紧密、共赢的战略合作伙伴关系，共同推动高端、绿色和功能锦纶纤维的研发与应用，加快锦纶创新链产业链融合发展，助力我国锦纶纤维新材料和市场应用的高质量发展。

签约仪式上，华鼎股份总经理傅占杰在致辞中强调，华鼎股份作为锦纶行业的领军企业之一，始终坚持以终端市场需求为导向、通过科技创新驱动发展，当前正围绕着“锦纶丝全球第一”的愿景目标，全力推进管理、技术和产品创新、提质。与创新中心开展战略合作，共谋产业协同发展，能够更好发挥创新中心在纤维新材料集成创新的引领作用，进一步提升华鼎在高端、绿色和功能锦纶纤维领域的研发实力和市场竞争，共同助力锦纶产业实现高质量、绿色低碳发展。

梅锋在致辞中表示，纤维新材料是推动整个纺织产业链升级与转型



与会领导和嘉宾出席展会开幕式。

第20届SIUF中国国际品牌内衣展共汇聚1000+参展品牌，18大内衣产业集群蓄势启航，以深圳、汕头、普宁、中山、盐步等为代表的内衣产业集群齐聚现场，强大阵容共襄内衣盛事。

展会汇聚上万款产品，涵盖文胸、内裤、家居、保暖、运动/瑜伽、防晒衣、户外休闲、打底衣、连体裤、塑身、针织衫、T恤、孕婴童、袜子、面辅料等品类。爱慕集团、汇洁集团、安莉芳集团、都市丽人、丽晶雅致、猫人、浪莎、古今等，以及上游国际知名原材料供应商美国莱卡、韩国晓星、奥地利兰精，新兴、航港等实力大企业甄选年度新品爆品、携科技创新成果亮相展会现场，展现出自身的强劲实力与发展新动向，吸引了万千买家驻足洽谈。更有国际知名品牌维多利亚的秘密、Bananain蕉内、ubras，跨界品牌歌力思、YINER LIFE、bossini堡狮龙、Jeep、梦特娇等以多种形式参与其中。来自法国、马来西亚、意大利、泰国、印尼、新加坡、越南、美国、英国、阿根廷、加拿大、巴基斯坦、印度、土耳其、哈萨克斯坦、乌兹别克斯坦、韩国、日本等国家的采购商莅临现场。

在深圳聚焦，向世界“放大”。二十正青春，阔步向未来。站上新的历史起点，SIUF中国国际品牌内衣展将更好担负起新的使命，充分释放平台效应，为中国内衣产业快速发展注入更强劲动力，借助鹏城创新活力，实现内衣产业的新腾飞。（郑山）

的关键，国家先进功能纤维创新中心作为纺织行业首个国家制造业创新中心，终始聚焦高端纤维材料、功能纤维新材料、前沿纤维新材料等领域科技研发。此次与华鼎股份进行战略合作，是双方在功能纤维材料研发、市场应用及产业化成果转化等方面优势互补的重要举措，将为行业创新发展注入新动能。

签约仪式现场，双方围绕功能纤维新材料的研发方向、市场应用前景及合作模式等进行了深入沟通。双方一致认为，开展战略合作是顺应产业革新、融合绿色发展的共赢之作，将充分发挥创新中心在技术研发、平台资源、人才聚合等方面的优势，以及华鼎股份在锦纶产业化、智能制造、市场开拓及应用等方面的能力，共同推动锦纶纤维新材料的技术创新与市场应用。未来，国家先进功能纤维创新中心与华鼎股份将以此次战略合作签约为契机，积极探索、深化与企业的合作新模式，进一步凝聚项目攻关合力，提升锦纶创新链效能，为我国纤维新材料和锦纶产业的转型升级及可持续发展提供强有力的支撑。（倪晨）



我是纺织人

纺织之光科技教育基金会  
Textile Vision Science & Education Foundation

本系列为“纺织之光”支持纺织行业科技奖励15周年特别报道

北京服装学院服装科技研究院院长刘莉：

## 为了0.01秒，深耕中国“智”造

本刊记者\_李亚静/文 关云鹤/摄



刘莉

不经一番寒彻骨，怎得梅花扑鼻香。  
刘莉表示：‘我和团队很有幸，能在坚持的领域有所收获。’

2022年北京冬奥会上，中国短道速滑队摘得首金。这背后是运动员的努力，更是一个国家训练、科研、制造的综合实力。是她，带领团队设计冬奥战衣，攻克“快、护、暖、美”四个关键技术，打破了冬季竞技项目比赛服依赖进口的状态。

刘莉：其实要解决“卡脖子”问题，就是要自主研发。最大的困难是要解决如何让速度类（滑冰）项目运动员更快，核心问题是提升他们的紧身连身服的性能，简单来说就是降低它的风险。

仅速度滑冰项目，我们就在风洞里吹了超过500个小时，验证哪些款式、哪些工艺、哪些面料是最好的组合。

对于竞速项目来说，0.01秒都可以决定一块奖牌的归属。因此，科研的过程，就是不断地与时间赛跑。2018到2019年，刘莉受命为花样滑冰世锦赛设计比赛服，凭借对服装的理解和积淀，出色地完成了任务。

刘莉：我们接到这个任务，在三周内完成了男女运动员一共6套服装的设计和制作，他们穿着我们设计的服装一举夺得了金牌。

所有人听到这个消息之后，非常的开心，我记得当时我们就都蹦起来了！

助力运动员取得傲人成绩，刘莉也一路收获赞誉。从学生时代到成为一名教师、一名资深科技工作者，刘莉多次获得纺织之光科技教育基金会的奖励和支持。

刘莉：我还是一名学生的时候，就一直通过纺织之光基金会，拓宽我的视野。非常非常荣幸，我在2024年获得了“纺织之光”中国纺织科学技术奖一等奖，这是我们纺织行业中的最高奖项。

如今，纺织科技正在向实现高水平的自立自强而努力，刘莉感受到，科技创新在纺织服装行业受到了前所未有的重视。

刘莉：我感觉到我身边合作的很多企业，都非常地注重科技创新。他们把科技创新当成了一种使命，当成了一种生存之道。

这使我感受到，在当前这个大环境下整个行业有了一种变化。从我自身所处的教育事业，或者说我做的高性能运动服装领域，我都感觉前所未有地受到了重视。

针对高性能运动服装研发的工作仍在继续，而刘莉的科研视角也逐渐开阔，向更多领域拓展。

刘莉：我们也在近两年的研发中，关注到了运动员的睡眠问题。在2024年的时候，研发了便携式的睡眠装备，让出征巴黎的运动员带着我们自己的出征床垫。另一方面，我们也着眼于智能穿戴领域，现在也做出了自己的心电监控服装。

未来，我们还会继续在竞技类服装服饰领域深耕。我们团队会继续把为运动员设计研发更快、更美、更强的比赛服当成首要任务。立足运动服装，可能会拓展到夏季项目，也可能拓展到全民健身领域，视角会越放越大。TA



刘莉及团队研发的产品。

## 携手并进，筑牢纺织基石！

中国纺联与中国财贸轻纺烟草工会联席会议举行

本刊记者\_陶红/文 关云鹤/摄

3月19日，中国纺织工业联合会与中国财贸轻纺烟草工会第二十二次联席会议在北京举办。中华全国总工会书记处书记、党组成员，组织部部长王娇萍，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，纪委书记王久新，副会长端木小平、阎岩、梁鹏程，中国财贸轻纺烟草工会主席刘小昶，工业和信息化部消费品工业司副司长郑艳等有关领导出席了本次会议。会议由梁鹏程主持。

会上，刘小昶通报了2024年双方合作开展的工作情况和2025年计划开展的工作。2024年，中国纺联与中国财贸轻纺烟草工会紧紧围绕深化产业工人队伍建设改革这条主线，实施职工技能素质提升工程，突出产业职工创新创造、突出协调机制健全完善，全方位提升合作质效、全方位强化任务落实，各项工作取得新进展、实现新突破。2025年，双方将以产业集群和产业转移目的地为重点区域，以龙头企业和专精特新企业为重点对象，抓思想引领、建功立业、素质提升、源头参与提质增效，团结引领广大行业职工服务行业高质量发展。

端木小平通报了纺织行业经济运行情况。2024年纺织行业全面深化转型升级，积极发挥国家系列存量增量政策效能，不断积累发展韧性，全年经济运行态势总体平稳，主要经济运行指标改善回升。行业发展呈现出订单向大企业、“专精特新”企业集中，个性化定制黏合客户稳定性，绿色低碳成为发展机遇，数字化、智能化加速推进，非遗等传统文化成为消费新热点，产业链完整等特点亮点。今年以来，纺织企业稳步推进复工复产，行业运行起步平稳，内销呈现温和增长，出口规模同比下降但仍超出市场预期。面对当前复杂严峻的外部形势，预计2025年纺织行业经济运行面临的不确定、不稳定因素持续增多，全年行业运行压力仍然较大。

会上还介绍了2024年中国纺联与中国财贸轻纺烟草工会联合开展的各项职业技能竞赛、社会责任工作、学习等情况，以及2025年的工作计划。

### 提升产业工人技能，加强培训与宣传推广

郑艳结合纺织行业发展特点、面临的挑战，以及下一步合作方向发表看法。郑艳表示，中国纺织行业坚持深化市场化改革与对外开放，以民营经济为主体深度参与国际竞争，形成了完备的产业体系，同时呈现出集群化发展态势显著、结构化升级逐步推进、数字化转型成效显著、绿色化转型加快、“万物可织”趋势凸显等行业特点。面对全球消费需求恢复不及预期、国际竞争加剧等行业发展的挑战，产业工人队伍建设应关注掌握高端化、智能化、绿色化技术的智能人才的需求，具有新发展理念劳动者的需求，复合型人才的需求。未来，希望三方合作继续以技能大赛形式提升产业工人技能，培养熟练技能人才和产业工人；持续加强技术人才培训，为行业转型提供支持；加大对产业工人和技能人才的宣传推广，向全世界展示纺织工人精益求精、追求卓越的工匠精神，共同推广产业形象。

### 调整工作思路，打造特色品牌

王娇萍强调了联席会议制度的重要性，通报了全总十八届三次执委会的情况，介绍了2025年全总工作的总体要求和重点任务，即“559”工作部署“2.0”版本。王娇萍表示，这一部署包括五大工程、五大行动和九个方面的工作，旨在强化产业工会的作用，特别是在产业工人队伍建设、维权服务等方面的先行先试和行业抓总作用。

王娇萍强调，纺织工业作为“中国制造”强国阵列的第一梯队，对国家创新体系和发展至关重要。双方应找准工作切入点、结合点和着力点，勇于实践创新，推动纺织行业高质量发展。



会议现场。

今年是中华全国总工会成立100周年，纺织行业应继续践行激励行业职工坚守初心使命，凝聚攻坚克难的奋进力量。王娇萍提出，调整工作思路，整合劳模工匠资源，塑造新一代行业典型，提升纺织行业的影响力和美誉度。同时，要打造特色品牌。进一步做实“中国工人大思政课”纺织篇，整合资源，继续开展“大国工匠”年度人物选树等系列活动，打造一批“接地气”的思政工作品牌。

王娇萍还指出，要筑牢“竞赛”主阵地，做好“纺织行业绿色发展和数字化转型”劳动和技能竞赛的成果推广运用；要搭建“创新”大平台，探索构建与纺织新质生产力要求相符的职工创新服务体系，完善职工创新成果“培育、评选、展示、转化”一体化激励体系。同时，希望双方把联席会议制度坚持好、发展好，集政府、协会、工会三方之力，将联席会议制度建设推向更广领域、更深层次、更高水平，为深化纺织行业产业工人队伍建设改革、加快行业高质量发展作出更大贡献。

### 创新合作模式，拓宽合作内容

孙瑞哲表示，今年是中华全国总工会成立100周年，从早期工运的先锋力量到现代化产业工人队伍建设，纺织行业一直是中国工人运动的重要组成部分和分支。产业发展带动产业工人队伍的发展。作为优势产业、经典产业、支柱产业，中国纺织工业确立了“科技、时尚、绿色、健康”的产业新定位。当前，中国纺织工业已进入高质量发展阶段，直接带动全社会2000多万人口就业。

孙瑞哲表示，中国纺联始终把党建工作摆在职工队伍建设的首要位置，坚持以正确舆论引导职工，扎实细致做好党建工作。2024年，举办多项活动和开展各项工作，稳岗就业，扩大行业就业创业增量。通过与中国财贸轻纺烟草工会联合开展的各项活动，持续推进人才培养与产业发展深度融合。坚持以职工发展为中心，保障产业工人队伍的劳动权益，提升广大职工群众的获得感、幸福感、安全感。

孙瑞哲指出，纺织产业工人队伍建设面临着新的发展环境。全行业要适应人力资源的新变化、产业生态的新改变、数字技术等发展范式的新调整。对于今后纺织产业工人队伍建设，孙瑞哲强调，要筑牢思想根基，引导广大职工听党话、跟党走；要完善培养体系，打造高素质高技能职工队伍；要坚持以人为本，切实维护广大职工合法权益。求真务实，守正创新，以更大力度、更实举措推进产业工人队伍建设改革在纺织行业落地生根、开花结果，形成行业高质量发展的强大动能。

同德则同心，同心则同志。中国纺联将继续加强与全国总工会和中国财贸轻纺烟草工会的交流配合，不断创新合作模式、拓宽合作内容、提升合作效能，共同谱写新时代纺织产业工人队伍建设的锦绣篇章。TA



## 两会 纺新篇

## 魏桥创业集团

## 召开传达学习贯彻全国两会精神会议

3月14日，魏桥创业集团召开传达学习贯彻全国两会精神会议。全国人大代表、魏桥创业集团董事长张波主持会议并传达习近平总书记在全国两会期间的重要讲话和全国两会精神。集团公司党委书记、总经理张红霞，集团公司执行董事、副总经理张艳红参加会议。

会上，张波重点传达了习近平总书记两会期间系列重要讲话精神，分享了对政府工作报告的理解和思考，介绍了会议期间人大代表履职情况，并结合魏桥创业集团未来发展规划，提出了贯彻落实两会精神的具体要求。

张波指出，全国两会期间，习近平总书记发表系列重要讲话，对经济大省落实挑大梁责任、强化教育对科技和人才支撑作用、实现强军建设“十四五”规划圆满收官等提出明确要求、作出全面部署。政府工作报告对今年经济社会发展总体要求、主要预期目标、经济社会发展政策取向和重大任务进行了详细阐述。各级各部门要认真学习，深刻领会，将会议精神转化为推动企业高质量发展的实际行动，确保各项政策措施在企业落地生根。

全国两会期间，全体参会代表积极履行职



会议现场。

责，提出了众多颇具建设性的议案。其中，有关人工智能、数字经济、科技创新等领域发展的议案和建议尤其引人注目，成为会上热议的焦点话题。这些议案和建议切实反映了各领域的实际需求和发展的迫切要求，并且得到了国家有关部委的高度重视和积极回应。这充分彰显了国家对人大代表履职成果的高度认可与大力支持。

张波强调，魏桥创业集团一直是中国经济光明论的忠实坚守者、坚定支持者和积极推动者。企业始终保持与国家发展大局、党中央决策部署同频共振，不断推进传统产业转型升级和新兴产业开拓，在发展过程中自觉以高标准履行

社会责任，主动参与民生工程和公益事业，积极践行“先富促共富”的理念，为各个企业驻地的经济社会发展作出了积极贡献。企业未来发展规划路径清晰、目标明确，我们要坚决贯彻落实好两会精神，坚定信心、抢抓机遇，在更加有利的发展环境和条件下，把企业发展推向新的高度。

十万名魏桥创业人都要将自身发展融入到企业发展大局中，组成休戚与共的命运共同体，一起推动共同事业实现更大发展，为社会作出更多更大的贡献，让发展成果惠及更多的百姓。希望大家始终以实事求是作为一切工作的根本准则与行动指南。既要传承和发扬集团快速高效的优良传统，又要注重充分挖掘自身潜力，积极发挥主观能动性。在面对工作中的各种挑战与任务时，要以过人的智慧去创新思路、解决问题，以沉甸甸的责任感去认真履行职责、踏实做事。通过每一个人的不懈努力，一步一个脚印地去实现企业各项战略目标，铸就企业更加辉煌灿烂的明天。

会议以视频形式召开，魏桥集团领导班子成员及处级以上管理干部共600余人参加会议。TA

## 全国人大代表王臻履职归来，第一时间传达贯彻全国两会精神

3月11日，十四届全国人大三次会议胜利闭幕。全国人大代表、鄂尔多斯投资控股集团总裁、鄂尔多斯资源股份有限公司董事长王臻履职归来，于3月12日上午第一时间组织召开传达贯彻2025年全国两会精神专题会议，宣贯全国两会精神。北京、东胜、棋盘井园区、上海、青海百通公司五地会场线上线下同步参会。

今年的政府工作报告，把“提振消费”放到了十大工作之首。王臻指出，这传递出了非常清晰且强烈的信号和导向。

2024年中国经济逆势上扬，取得了5%的GDP增长，展现出中国经济强大韧性与市场潜力。而2025年经济发展的总体要求高，政策方向明，工作任务重。党和政府以5%增长目标为牵引，通过推出一系列大力度、创新性的政策工具，针对当前切实存在的焦点问题一一提出了应对解决举措。为市场注入强心剂，彰显出党中央稳经济、保障民生的坚定决心。

作为来自民营经济领域的代表，王臻备受

鼓舞——从中央“民营经济大有可为”的坚定表态，到市场法治环境、政务服务的系统性优化，再到“两新”暖风对绿色转型与数智升级的精准赋能，让她深切感受到时代机遇的澎湃浪潮。

“作为扎根内蒙古的制造业龙头，鄂尔多斯集团创新发展的信心更足了，转型升级的干劲更高了，发展预期也更好了。”王臻说。

目前，民营经济面临着前所未有的大好机遇。王臻指出，随着大量利企存量政策的落地显效和增量政策的出台发力，鄂尔多斯集团一定要抓住机遇、积极作为，在以下几个方面取得新进展：一、乘“两新”政策暖风，加快大规模设备更新和技术改造步伐，全力推动两大产业链向数字化、智能化、高端化升级。二、借新能源发展之势，加快新能源项目合作建设和绿电替代，全力打造网源荷储一体化高效高质示范园区。三、顺应国家政策支持与企业现实需要，加快科技平台和科技人才队伍建设，全力推进科技创新与产

业转型升级融合发展。

在宣讲会的最后，王臻鼓励大家：“迎难而上和困中求胜是我们一贯的奋斗姿态和战略定力，我们既要坚定不移地坚持走好自己的路，做好自己的事，练好自身升级创新发展的强大内功，也要因势利导，与时俱进地把握好政策和市场的利好机遇，助力集团事业的高质量发展。也只有内因和外因的双向分布，同向发力，我们的事业才能走得稳，走得快，走得好。”

鄂尔多斯集团是紧踏着改革开放的时代步伐而诞生并成长壮大起来的企业，在各级政府的长期支持帮助下，建成了发展完善、势头向好的两条产业链。作为民营经济的典型和中国制造业的先行者，鄂尔多斯的发展路径始终是与国家政策导向、地区发展重点高度契合的。

未来，鄂尔多斯将继续在党和国家的带领下，持续加快转型升级创新发展的步伐，加大科技兴企战略的投入力度，在铸造具有国际竞争力的幸福企业的壮丽征程中奋力前行。TA

(本版整理 / 郭春花)

## 传统技艺与时尚创新双向奔赴

## 纺织非遗与时尚融合发展研讨会在京召开

本刊记者\_刘嘉 / 文 关云鹤 / 摄

2025年《政府工作报告》中提到“释放文化、旅游等消费潜力”“加快发展新型文化业态”“提升非物质文化遗产保护利用”等重要内容，为纺织非遗发展指明新方向、带来新机遇。当前，党中央将提振消费和扩大内需作为位居首位的重要任务，纺织非遗承载着丰富的中华优秀传统文化，传承着智慧的传统技艺，使其融入时尚创意，是实施产品创新、提振扩大消费的有效路径。



与会代表合影。

3月20日，纺织非遗与时尚融合发展研讨会在北京何所有酒店纺织非遗创新转化基地召开。来自文化和旅游部非遗司、中国纺织工业联合会、行业协会、专业院校、纺织非遗传承人、服装设计师及企业等的领导和嘉宾，围绕纺织非遗与国风国潮、现代科技、设计创新、国际传播、文创开发等议题展开讨论和交流，为纺织非遗与时尚融合探索理念共识与实践路径。中国纺织经济研究中心主任华珊主持会议。

中国纺织工业联合会副会长端小平从行业视角提出三大趋势：一是时尚化，纺织非遗的日常化潮流趋势不可逆转，纺织非遗工作值得行业持续聚焦与关注；二是去符号化，纺织非遗的更广泛传播需要跨越文化猎奇阶段，要依靠体系化和价值观的传递，而非依赖具象化符号；三是年轻化，纺织非遗要从顶层设计中考量与年轻人的价值共创，同时发挥主流思想的引导作用。他表示，将继续整合产业相关资源，支持纺织非遗培训、知识产权保护及基础研究工作，激励纺织非遗工作者持续推进传承与创新。

文化和旅游部非物质文化遗产司发展处副处长岳青表示，近年来非遗保护工作已经从抢救保护阶段进入了系统性保护的新阶段，让非遗融入现代生活是当前非遗保护工作的主要方向。谈及下一步工作时，岳青表示，一是形成融合工作的机制或平台，在全社会形成非遗与时尚融合的理念共识，推动合作共赢；二是以好的作品和故事形成典型案例，打造宣传推广的发布平台；三是输出以非遗为内核的东方美学，推动非遗国际化传播。推动非遗融入现代生活是当前非遗保护传承的重要任务之一。



研讨会聚焦纺织非遗与国风国潮、现代科技等议题展开讨论与交流。

## 01 国风国潮：从符号堆砌转向文化叙事

中国服装设计师协会专职副主席谢方明介绍说，近年来，中国国际时装周成为了非遗创新国潮文化的重要平台，如2025中国国际时装周（春季）中1/3的发布秀都与非遗相关，设计师们在时装周上将非遗技艺与现代审美巧妙结合。

中国纺联品牌办副主任王晴颖介绍说，新中式服饰市场规模近三年增速超100%，非遗对品牌发展的助力既是市场定位策略，也是文化长期主义。非遗与品牌的融合需从符号堆砌转向文化叙事，赋予更深层的文化内涵。

劳伦斯·许品牌创始人、国际著名服装设计师劳伦斯许以云锦龙袍、敦煌纹样等作品为例，提出非遗应成为东方美学的载体，而非简单的视觉符号。他坦言，非遗设计需平衡传统工艺与现代实用性，既要保留文化质感，又要提升穿着舒适度。

## 02 设计创新：破圈融合与日常化转型

时尚博主、著名服装品牌创始人谢锋表示，非遗之所以能够引发人们的情感共鸣并植入到现代人的生活，是在于其手工制作的温度，因此开发机械制作的同时，也要承载手工的温度、匠人的精神和地方文化的特色，这些都是非遗时尚重新编码的一部分。

北京服装学院美术学院副院长蒋玉秋介绍，该校开设织绣印染实践课程，如硕士课程“中国传统服饰色彩体系与自然染色工艺结合”、博士项目“中国传统服饰的抢救传承与设计创新”，推动古代服饰复原研究，将学术成果转化为设计资源。

金顶奖设计师刘薇分享博柏利手工艺设计师培训项目，通过“非遗+公益”模式，帮助200名绣娘掌握品牌化技能，产品登陆时装周、中国纺织非遗大会等平台。她同时强调了非遗文化的共生与可持续性，通过故事化传播提升市场认知度。

## 03 科技融合：AI赋能与基础研究并重

清华大学美术学院副院长方晓凤指出，非遗保护需建立清晰的价值系统，而AI工具性强，可用于非遗基础研究，实现应用拓展和日常化。同时，他也提醒说，非遗的核心在于文化基因的提炼，而非技术依赖。

北京大德和隆庆祥服装有限公司副总经理姜敏也认为，科技浪潮下，要坚守自己的特色，同时用智能化传播方式做好推广，希望借助非遗购物节等各类平台推广非遗产品。

## 04 文创开发：从伴手礼到产业链生态

松雷集团董事长曾庆荣在现场分享了文商旅融合案例——哈尔滨中央大街店以“非遗手作体验+沉浸式消费”打造城市客厅，推出非遗主题饮品杯、烘焙周边等爆款产品，单日销量突破2万件。松雷集团“何所有”作为非遗创新转化基地，将聚焦非遗文化，打造更富有文化内涵和商业价值的城市礼物。

《时尚》杂志社有限责任公司总经理兼首席执行官张晓冬介绍，杂志通过国际展览与合作推动非遗传播，与设计师合作在海外举办生活文化展，未来计划在国际时装周展示中国非遗，提升其国际影响力。

北京工艺美术大师金馨在京绣的文创开发中注重实用性与生活化，建设京绣主题民宿，展现纺织非遗体验感，通过IP授权与国内外品牌合作，拓展京绣文化应用。北京时尚控股有限责任公司品牌事业部总经理、铜牛集团党委书记、董事长孔海燕表示，旗下老字号企业推动非遗文创开发，利用时装周平台传播非遗元素，在社区店和博物馆开设非遗培训课，打造共创平台和文化空间，让非遗走进公众生活。TA



主编“纺”谈  
纺织服装周刊

# 20余载商海领航，铸就行业传奇

专访福建永荣锦江股份有限公司总经理汪建根

■ 本刊记者\_郭春花



在风云变幻的商海中，有一群人，他们不仅是企业航船的舵手，更是引领团队破浪前行的灯塔——他们就是职业经理人。他们不仅具备敏锐的市场洞察力，还拥有卓越的领导力和高效的执行力，带领企业在激烈的市场竞争中稳健前行，持续成长。

福建永荣锦江股份有限公司总经理汪建根便是其中的佼佼者，他拥有超过20年的丰富经验，凭借深厚的专业知识和卓越的领导力，成功将所任职的三家企业推上了行业巅峰。

近日，《纺织服装周刊》“主编‘纺’谈”栏目走近这位卓越的职业经理人，探索他是如何在瞬息万变的浪潮中，以非凡智慧与卓越能力书写璀璨的商业传奇。



汪建根

**TAweekly**：您是一位拥有20多年经验的职业经理人，今天特别想听听您的心得体会。

**汪建根**：我工龄已有44年，算是超龄服役啦。前20年我在体制内当公务员，而后24年投身企业，一直担任职业经理人。其中，21年半深耕化纤企业，涉及涤纶和锦纶行业，还有两年半在化工企业。从政府部门转向企业任职，跨度很大，也是人生一大挑战。

**TAweekly**：在您20多年的职业经理人生涯中，经历了诸多挑战，您是如何应对的呢？能否分享些案例？

**汪建根**：对企业总经理而言，最大挑战莫过于把产品卖出去，我始终坚信“金丝银丝卖不出去就是废丝”。行情好时，卖掉产品就能赚利润；行情不好时，卖掉产品能保住市场份额和客户。

这20多年来，我经历了许多危机与突发事件。像2008年亚洲金融危机、2020年新冠疫情，还有美国对中国加征关税，这些都给中国纺织服装企业带来极大影响。所以，作为职业经理人，必须牢牢抓住销售这个龙头。

**TAweekly**：面对复杂严峻的市场挑战，您如何保持冷静并作出决策？

**汪建根**：我觉得可以用“以变应变”这四个字概括。我始终认为，市场青睐有准备的人。就拿2020年新冠疫情爆发来说，那时市场跑不了，出差受限。在这种情况下，我们选择苦练内功，提升企业自身竞争力。

当时，我提出“锁定高端，聚焦转型”，开发了三根纱。这三根纱如今已成为永荣股份独树一帜的拳头产品、明星产品。即便锦纶纱线行业内卷严重，永荣股份依旧保持行业领先地位，这就是“以变应变”的成果。

**TAweekly**：作为企业管理者，既要管理企业，又要管理团队。您认为管理团队时最大的挑战是什么？如何激发团队潜力、提升团队凝聚力？

**汪建根**：我觉得最大的挑战在于管人，要充分调动团队积极性，

把一切可调动的积极因素都利用起来，这对总经理来说是极大的考验。

我主要采取激励、表扬和引导的方式，很少批评员工，不过一旦批评，大家都会格外重视。因为我充分信任他们，给予他们足够的授权，他们也会认真接受。但光靠表扬、激励和引导还不够。针对不同情况，我们开展了各类活动。

比如在研发方面，为激励研发工程师开发新品的积极性，我们设立了新品奖励。去万华化学学习后，我借鉴了他们“鼓励创新、包容失败、重奖成功”的理念，并应用到永荣股份，虽无法做到完全一样，但也体现了公司高层对科研人员的重视，对他们新产品研发劳动成果的肯定。我们生产部门的员工都很实在，埋头苦干。虽然有绩效考核，但我们还开展劳动竞赛，设定指标，让厂区之间相互竞赛，对第一名、第二名进行奖励，生产人员的积极性也被充分调动起来。

销售是企业的龙头，为调动营销人员的积极性，我们改变了营销理念。以前永荣股份采用“以销定产”，产销脱节，产品好卖时拼命卖，容易被客户抄底；不好卖时就减产停机，固定成本分摊相对较高。我加盟永荣之后，将其改为“以产促销”，生产多少销售就得卖掉多少，同时根据销售情况调整生产，做到“以销调产”，最终实现“产销平衡”。这一理念转变后，机台全部开满，实现了“开满车保利润”。同时，为进一步调动营销人员积极性，我们每月举办营销龙虎争霸赛，还组织团建并发放小奖金，效果显著。

另外，以往企业运营更注重财务思维，首先考虑生意是否盈利。但我认为，要关注客户潜力，哪怕这笔生意亏了，只要客户有潜力也值得做，这就是财务思维和经营思维的差别。现在我们以经营思维为主，当然财务风控也不能放松，只是放在第二位。采购和财务作为后台部门，我们鼓励他们开展降本增效工作，只要达成目标，就向上面争取给他们发奖金。在董事长特批下，这几年一直坚持，降本增效成果显著，这就是实实在在的激励。



**TAweekly**：您认为一名优秀的职业经理人应具备怎样的素质和能力？您是如何保持不断学习的？有没有好的学习方法可以分享？

**汪建根**：学习并非一定要坐在教室里读书，而是要养成习惯，做到习惯成自然，这样走到哪儿都能学到东西。不管是参观同行企业，还是参加行业会议，我都会用心汲取好的经验做法，并学以致用。书本知识虽放之四海而皆准，但不一定适合化纤行业。比如市面上很多营销书针对的是终端产品销售，对中间产品销售指导有限，像我们生产的尼龙纱线作为中间产品，更多要靠自身努力学习。

总的来说，一是向能者学。我从政府公务员转到企业担任总经理，一开始对化纤行业并不了解，经过二十几年摸爬滚打，积累了不少经验。在这个过程中，桐昆股份的陈士良董事长、嘉兴中华化工的朱贵法老先生，以及现在永荣控股的董事长吴华新先生，都是我的学习榜样，我从他们身上学到了很多精髓。

二是向同行学。以前行业之间交流较少，我到永荣股份任职后，加强了与同行的沟通交流，甚至参与行业治理，大家逐渐信任我，同行之间坦诚交流，对改进质量、降低成本、加强基础管理都很有帮助。

三是向客户学。我们的客户纱线企业不只是经销商，现在很多是为品牌配套的企业，比如有为 lululemon 加工，为迪卡侬、优衣库配套的企业。这些企业在管理上有很多值得学习的地方，通过走访客户，我们能学到不少。正所谓“三人行必有我师”。

**TAweekly**：您认为职业经理人应该具备哪些关键能力？

**汪建根**：我觉得主要是克己的能力。要明确职业经理人是被雇佣者，是为老板打工的。不能因为自己是总经理就忘乎所以，老板请你来是为了帮他挣钱，这一点一定要清楚。在工作中，要充分发挥团队作用，提高团队战斗力，这是总经理的责任。光杆司令是干不成大事的，我在永荣股份8年，团队成员基本没换过，企业不断发展，靠的就是调动团队积极性，大家共事也很愉快。

作为职业经理人，要摆正位置，不能主次颠倒。首先是献策不决策，可以给老板提建议，但不要盲目决策，以免犯错，引起老板疑惑。其次是到位不越位，履行好总经理职责，不能越雷池半步，因为董事长负责的是总经理管不了的事情。最后是超前不抢前，在项目决策、市场策略、人才培养等方面可以超前思考，给老板提策略性建议，但不要抢在老板前面做决定，因为项目投资、人才提拔降级等最终由老板拍板。做到这些，总经理基本能让老板满意。

**TAweekly**：作为企业管理者，您是如何平衡工作和生活的？

**汪建根**：做化纤行业确实辛苦，我中间离开过化纤行业，就是因为太苦了，每天起早摸黑，基本没有双休，老板和团队都是如此，作为总经理更要以身作则。化纤市场瞬息万变，国际原油价格每日波动，对下游化工品，特别是石油基产品影响很大。既然选择了，就不后悔，只能苦中作乐。

做人要忙里偷闲、自得其乐、知足常乐，我会做一些自己喜欢的事情，比如在美篇上发布随感、发抖音等，调节好工作与生活的关系。我对目前的工作状况非常满意，深知责任重大，也很愿意在今后继续为永荣股份发展出力。

**TAweekly**：基于您的丰富经验和深刻感悟，请您给即将步入或已经步入职业经理人岗位的年轻人提一些建议。

**汪建根**：我发现很多职业经理人干不久，主要原因是没摆正位置。一定要牢记，职业经理人本质是打工者，只是高级打工者，位置比一般打工人重要些。如果位置没定位清楚，后续会产生一系列问题。

其次，要以变应变。任何企业面临的市场都千变万化，尤其是化纤行业涨跌频繁。在决策过程中，要善于把握机会，抓住机遇。行情好时赚利润，行情不好时保份额，要善于根据市场变化作出调整。

最后，要发挥特长。老板聘请职业经理人，肯定是看中其某方面的特长。要充分发挥特长，为企业创造更好的效益，这是根本。TA

## 汪建根的职业经理人卓越密码

- **如何应对挑战**：以变应变
- **如何管理团队**：激励为主、表扬为主、引导为主，多管齐下激发活力
- **如何学习成长**：在实践中学习，向能者学，向同行学，向客户学
- **职业素养有哪些**：克己奉公，找准职业定位，献策不决策、到位不越位、超前不抢前
- **如何兼顾工作生活**：忙里偷闲、自得其乐、知足常乐





柯桥纺织行业正努力让产品在特殊群体关怀、健康工作环境营造以及健康生活打造等多个方面发挥更大作用。

## 织就健康，柯桥面料创新守护品质生活

■ 本刊记者\_王耀祖

健康，对于现代消费者而言已不仅仅是身体的无恙，更是追求生活品质与精神愉悦的综合体现。在这一理念的驱动下，纺织行业正加速向“健康赋能”的价值维度升级，通过功能性研发、新材料探索与绿色工艺创新，不断突破传统面料的边界。从基础防护到智能调节，从环保可持续到身心疗愈，行业以科技之力重新定义健康内涵，让每一寸织物成为呵护现代生活的“第二层肌肤”。

作为国际纺都，柯桥始终站在健康消费趋势的前沿。依托深厚的产业积淀与敏锐的市场洞察力，柯桥纺织企业以创新为引擎，构建起覆盖多场景的健康面料体系——针对母婴、医疗、运动等细分领域，通过技术融合与生态化产品开发，将健康属性精准嵌入产品当中，既满足消费升级需求，也为行业高质量发展注入新动能。

在这场健康变革中，柯桥纺织企业正以“科技+人文”的双重逻辑重塑产业价值。通过产业与健康深度协同，企业不仅实现抗菌抑菌等基础功能的迭代，更将环保绿色、健康运动等创新理念融入面料研发，让纺织品从被动防护转向主动健康管理。这种对健康本质的深层探索，正推动柯桥企业从面料供应商向纺织产业价值革新者跨越，为全球消费者织就更具有温度的品质生活图景。

### 从源头守护，让婴童面料满是呵护

婴幼儿肌肤娇嫩，且对外部世界充满好奇与探索欲，面料作为他们与世界接触的第一道屏障，其品质优劣直接关系到婴幼儿的健康与成长体验。正因如此，柯桥地区众多婴童

儿面料企业，在材质挑选、制作工艺以及后期处理等环节，执行着近乎苛刻的质量控制标准，力求从源头到终端的每一步都能达到行业内最高安全要求，为婴幼儿提供无微不至的呵护。

位于中国轻纺城东升路市场的九艺纺织，秉持节约资源与环境保护的生态文明理念，专注于研发有机、环保及再生等纯天然婴童面料。公司专业制造棉毛布、汗布、罗纹以及提花空气层等多种婴童面料。每一款面料均经过严格检测，不仅达到合格标准，更全面符合婴幼儿产品国标A类的安全高标准。

九艺纺织销售经理黄小芸说道：“婴幼儿与成年人截然不同，他们天生充满活力，活泼好动，所以为他们打造的产品，必须在每一个细节上都做到尽善尽美。”基于此理念，九艺纺织始终采用环保、健康的染料，并在整个生产过程中严格监控面料的PH值，确保面料不含甲醛等任何潜在有害物质，即便婴幼儿将其放入口中啃咬，也能保证安全，让家长放心。

在材质选择上，九艺纺织也独具匠心。多款面料融入天竹纤维，这是通过加工青竹得到的竹纤维，再与优质棉巧

妙搭配织造出的独特面料。其吸湿性和透气性是传统棉纤维的三倍之多，且竹纤维自带天然“竹醌”成分，具备出色的抗菌防螨性能，能给予婴幼儿温柔细腻的呵护。

产品不仅要对身体无害，还应呵护儿童的心理。在花型图案设计上，九艺纺织同样用心。巧妙融入涂鸦、动物、水果等丰富卡通元素，并注重图案与面料色彩的和谐统一。为避免色差过大，选用浅紫、淡粉、雾蓝等舒适浅色系作为面料主色调，保证色彩过渡自然，使面料与图案相得益彰，呈现出温馨和谐、充满童趣的视觉效果。

### 护航医疗，筑起安全屏障

纺织品在生活中应用广泛，在医疗行业更是至关重要。从病房里的床单、被罩到手术室的手术衣、手术巾，再到候诊室、治疗室的医用帘，每一种纺织品都在为守护人们生命健康发挥作用。其中，医用帘作为医疗环境中不可或缺的部分，其重要性不容忽视。

绍兴普轩纺织有限公司（普轩医帘）销售经理孔敏敏认为，医用帘虽不像病号服直接接触病人，但承担着美化医院环境、优化空间布局和阻隔病菌传播的重任。所以，公司秉持“以人为本，以质取胜”的生产理念，持续提升医用帘的品质与设计。

孔敏敏向记者表示：“在医用帘的使用中，我们始终将使用者放在首位。由于主要使用者是患者，产品安全性是首要考量。为此，我们所有医用帘产品严格按照国家A类标准生产，以确保安全性达到最高水平。”为实现这一目标，公司引进全套先进生产设备，积极进行技术创新，提升产品安全性能。产品获得了GB/T 17951、FZ/T 72001等众多标准的认证，并且在生产过程中采用环保无毒的原材料，从源头上保障产品安全，赢得了客户的信赖与好评。

在满足大众需求的同时，普轩医帘也致力于实现产品差异化。据了解，普轩医帘的特系列光面高精密医用帘已通过检测，达到纺织品优等品标准。检测报告显示，该产品无异味，不含有可分解致癌的染料，具备不起球、经久耐用的特性，面料平整度与细腻度均符合纺织品优等品标准，在功能性方面同样表现出色。

孔敏敏介绍道：“这一系列医用帘集阻燃、抗菌以及三防（防水、防油、防污）功能于一体，为用户提供了全方位的保护屏障。而且在滑动过程中更加流畅，有效降低了噪音的产生，为患者与医护人员营造了一个更加静谧、舒适的治疗氛围。”



### 功能性面料，赋能户外健康运动

如今，骑行、登山、野外徒步、水上运动等户外运动的打开方式日益多样化，越来越多人向往着走进自然，感受自由与惬意。在参与这些活动时，人们不仅追求身心愉悦和自我挑战，保证运动安全及提升个人的舒适感受，也已成为核心要素，受到高度重视。因此，许多户外面料企业敏锐捕捉到这一需求，纷纷加大研发力度，致力于打造具有功能性、安全性和舒适性的面料，以满足户外运动爱好者对高品质面料的急切渴望，翔达纺织便是其中的佼佼者。

自创立开始，翔达纺织就将目光聚焦于户外运动面料的深入研发。经过多年的发展与积累，其品牌业务覆盖范围极广，拥有多达20个系列、300个品种的丰富产品线，像各类速干四面弹、涤纶四面弹及高性能登山布等，都在其产品范畴之内。通过不断拓展产品种类，翔达纺织力求为多样的运动需求筑牢健康防线，让每一位运动爱好者都能尽情享受运动，拥有最佳体验。

翔达纺织的销售经理林洋聪介绍道：“我们针对不同类型的运动，研发了各具特性的面料。这些面料具备独特的功能性，完全是依据各类运动所必需的特质而精心设计的。”他进一步举例说明：“就拿骑行服来说，我们选用高科技纤维材料，并运用独特工艺进行处理，使得面料能够高效排汗，让穿着者始终保持干爽，不会因汗水的黏腻而感到不适，尽情享受骑行的快乐。而户外登山服，则要能应对户外复杂多变的环境，必须具备耐磨、防风、防水、保暖等多种功能，保障登山者在各种气候和地形条件下的安全与舒适。”

在着重关注面料功能性的同时，翔达纺织也没有忽视面料的纹理与质感。据了解，该公司通过提花、压花等工艺，在面料表面形成泡泡格、波浪条等特定图案或纹理，赋予面料独特的肌理感。这些纹理并非仅仅为了美观，它们与面料的功能性完美融合，进一步提升了穿着的舒适度和实用性，真正做到了美观与功能的双提升，满足了消费者对于高品质面料的多重需求。

当然，婴幼儿面料、医用帘和功能性面料仅仅是柯桥面料守护人们健康生活的一小部分体现。随着消费者对健康的关注度不断提高，柯桥纺织行业也在持续转型升级，全力投入到健康面料的研发与推广中。这深刻体现了以人为本的价值理念。柯桥纺织行业正努力让产品在特殊群体关怀、健康工作环境营造以及健康生活打造等多个方面发挥更大的作用，为人们的美好生活贡献更多力量。





# 转型之路怎么走？

## 2025 年窗帘布艺行业品牌创新发展大会给出答案

本刊记者\_边吉洁 王耀祖

在全球经济版图重塑与新技术浪潮迭起的时代背景下，窗帘行业正迎来前所未有的发展机遇与挑战。为应对这一双重考验，行业内企业与组织正积极寻求创新路径，力求通过整合多方优质资源，激发内在潜能，共同构建一个更加高效、绿色、智能的产业转型新生态。

在第十五届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会期间，“2025 年窗帘布艺行业品牌创新发展大会”顺利召开，聚焦行业国内外市场最新趋势，围绕设计研发与传统渠道、新兴渠道及创新模式的融合路径展开深度探讨，共话线上线下、国内外销售双循环发展的实践策略，为窗帘布艺行业的创新发展出谋划策。

### 聚势共赢，共建转型新生态

2025 年作为“十四五”收官与“十五五”筹备的关键节点，各行业都在积极谋划新发展，纺织行业也正处于转型升级的重要阶段。面对这一历史契机，窗帘布艺行业转型之路又该如何走？

面对内需市场扩容和全球格局重构带来的双重机遇，工业和信息化部消费品司原一级巡视员曹学军对窗帘产业的发展提出三大建议：一是深化内需市场，创新零售模式以把握消费新趋势；二是优化全球产业链，实施“双循环”战略并拥抱跨境电商；三是强化创新驱动，聚焦新材料、绿色技术及智能制造，加速产业升级。

据统计，全国有 70% 以上的窗帘布艺出自柯桥，如何实现从“量”到“质”的飞跃？中共绍兴市柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁文表示，柯桥作为全国最具代表性的纺织产业集群，拥有窗帘全产业链完整体系，柯桥围绕现代化“国际纺都”建设，加速“市场、产业、科创”优势转化，全力打造现代纺织领域“五大中心”。今年柯桥窗帘布艺展聚焦三大核心链条，推动产业融合升级，构建活力产业生态，搭建深度沟通与资源共享合作平台，促进窗帘布艺产业上下游的多元化融合，推动柯桥与全国家纺产业集群合作再上新台阶。

论坛期间，中国家用纺织品行业协会与绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会举行签约仪式。中国家用纺织行业协会会长朱晓红与中国轻纺城党工委副书记、建管委主任孙伟刚代表双方签约。此次签约将整合协会资源与柯桥产业优势，深化设计研发与供应链协同，拓展线上线下融合的商贸渠道，携手推动窗帘布艺产业向品质化、高端化升级。

### 他山之石，赋能品牌新方向

在当今社会，美学经济、健康经济与睡眠经济正逐渐成为驱动



会议现场。



企业家代表论道市场发展。

消费升级的重要力量，特别是在家居领域，窗帘作为营造居家氛围的关键元素，其设计美学、材质健康性以及如何助力优质睡眠，正成为消费者做选择的重要考量因素。

在主旨演讲环节中，中国睡眠研究会智库专家刘克宝以“用户中心，价值竞争拉动未来新增长”为题，对破局内卷和同质化竞争提出了相关方向。他指出，在大健康理念与存量市场博弈的双重驱动下，窗帘产业须以健康价值升级提升行业竞争力，一方面，产业积极借助技术创新，聚焦睡眠场景，实现垂直深化；另一方面，产品进行健康友好型构建，精准对接消费者对健康睡眠与健康家居的诉求，从而为行业开辟出一条“健康人居”的高附加值赛道，推动窗帘产业迈向新的发展阶段。

“现代窗帘已突破传统遮光功能的局限，演变为‘空间情感的叙事者、功能属性与美学价值的融合载体、生活艺术的具象表达’。”美学室内设计协会注册专业设计师林振中在“窗帘：家居美学的无声诗人”中，从当代设计视角重新诠释了窗帘的价值内涵。他提出，面对消费升级趋势，设计师应当着眼智能化技术应用与个性化定制需求，通过材料创新、结构优化、场景适配等系统化设计，为家居空间注入个性魅力，打造理想的生活场域。

### 经验分享，探索发展新视角

对话环节，绍兴市柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会会长赵君会担任主持人，与广州市源志诚家纺有限公司董事长邓源津、浙江大爱遮阳新材料股份有限公司总经理俞彬军、浙江布言布语纺织科技有限公司董事长盛泽平、一根羽毛总经理蔡新甫以及罗绮软装 & 摩格窗帘总经理张文波 5 位企业代表，围绕窗帘市场展开深入探讨，为行业发展提供多角度的思考。

邓源津围绕酒店窗帘高端定制化趋势，探讨了未来变化的趋势；俞彬军则提出，企业的生产应该协同合作，通过链强补短来提升行业竞争力和市场前景；盛泽平指出，要通过跨行业技术协作重塑供应链生态，以品牌共建共享打破竞争壁垒；蔡新甫则提出，企业必须以客户需求为锚点重构产品开发逻辑，实现从生产商向方案提供商的跃迁；张文波指出要围绕线上线下一体化，实现供应链透明化、服务标准平台化。

协同创新，共谋发展。大会通过共建创新价值链，为企业转型升级提供专业理论支撑与可落地的方案，助力企业品牌建设，重塑差异化竞争优势。同时整合产业链资源，推动绿色、健康、可持续的窗帘产业生态建设，为行业品牌发展注入创新动能。

# 链动创新，赋能企业集约化转型

## 访瓯越纺织总经理王叶琼

本刊记者\_王耀祖 文/摄

在柯桥，纺织企业星罗棋布，它们的发展壮大，离不开家族成员间的紧密协作。这些企业通过相互配合与资源整合，构建起强有力的联合体，打破了分散式家族企业在资金、技术、市场等方面的局限，实现了规模化、协同化发展。位于联合市场的瓯越纺织便是其中的佼佼者。它从最初仅有几台纺织机起步，经过两代人数十年如一日的拼搏，逐步成长为如今集工贸于一体的现代化企业。这背后，瓯越纺织总经理王叶琼功不可没，在企业发展的关键节点，她以雷厉风行的手段推动内部革新，打造出高效协作的企业架构，为后续发展奠定了坚实基础。

创业初期，王叶琼因父辈经营着印花工厂，积累了丰富的行业经验与资源。她接手后，积极拥抱变革与创新，将家族积累的资源进行系统梳理与整合，以点带面、据点成线。她一方面大力拓展产品线，引入涤纶、天丝、亚麻、羊毛等多种面料，满足不同客户的需求；另一方面，积极开拓国内外市场，借助多渠道营销打响品牌知名度，让瓯越纺织在竞争激烈的市场中脱颖而出。如今，瓯越纺织已专注于时尚女装面料领域，产品广泛应用于连衣裙、春秋装等服饰。不仅如此，瓯越纺织还与家族企业强强联合，形成了坚不可摧的综合体，业务延伸至欧美、东南亚等国际市场。

### 三位一体构建柔性化体系

在市场的动态发展中，工贸一体企业的需求呈现出日益增长的态势。王叶琼以敏锐的商业洞察力，第一时间捕捉到了这一关键趋势。她清楚地认识到，单纯依赖父辈的传统印花加工业务，根本无法满足市场的新需求。于是，王叶琼果敢决策，成立了瓯越纺织，坚定不移地走上工贸一体化的发展道路。

瓯越纺织为适应工贸一体发展模式，创新性地构建了“三位一体”的运营模式，进而打造出极具优势的“柔性产品供应链”。在这个体系里，基础线由父辈经营的印花工厂承担，主要负责全涤等基础面料的生产，这为企业稳定供应基本产品提供了坚实保障；高端线则由其丈夫管理的数码印花厂负责，专注生产棉、麻、天丝等高端面料，这些面料凭借独特的品质在市场中备受青睐；设计师团队则专注于花型设计、打板等关键环节，为产品注入了专业的创意与时尚元素。这三大板块紧密配合，不仅显著提高了生产效率，还能够根据市场的实时反馈，迅速灵活地调整生产策略。

王叶琼深刻理解市场竞争的本质。她知道，在市场逐渐透明化、同质化的当下，瓯越纺织要想脱颖而出，就必须走差异化发展路线。因此，从创立之初，瓯越纺织就凭借这条供应链的优势，将目标精准地锁定在高端市场。王叶琼解释道：“瓯越纺织从建立开始定位就不再只是大众化、市场化，只有依托柔性产品供应链打造具有差异化竞争优势的产品，才能提升产品的竞争力，扩大品牌优势和企业知名度。”这条供应链让瓯越纺织能够快速响应市场变化，及时调整产品方向，为差异化竞争提供了坚实基础。

为了实现这一目标，瓯越纺织建立起“趋势预研—快速打样—限量投放”的创新闭环，并且每年投入大量资金用于研发。当市场还在盲目追逐全涤爆款时，瓯越纺织凭借前瞻性的战略眼光，提前布局亚麻羊毛提花赛道。通过将原料与染



王叶琼

整工艺巧妙融合，瓯越纺织成功开发出独特的羊毛面料，有效攻克了传统羊毛面料容易出现的缩水率大、颜色难以控制等难题，赋予了面料表面更加光洁、手感更加光滑、光泽更加亮丽以及更强耐磨性的卓越特性。

正是凭借“三位一体”柔性化体系的构建与持续不断的创新发展，瓯越纺织在王叶琼的带领下，在竞争激烈的纺织市场中稳健前行，持续开创发展新局面。

### 语言优势破局外销市场

对于英语专业的王叶琼而言，她的职业生涯首站踏入了一家外贸公司，负责纺织品的经营工作。在工作过程中，王叶琼发现，国际客户十分看重专业术语的传达。通过精准介绍材质、功能、质地等产品细节，企业能够更有效地把握客户的需求痛点，进而打开国际市场。

在外贸公司的历练，让王叶琼深刻理解了国际市场的运作规律，以及客户需求的重要性，她将这份宝贵经验带入了瓯越纺织。瓯越纺织的外销市场占公司业务的一半，客户主要源于长期积累的资源，并且存在老客户推荐新客户的良好互动。为维护好这些客户，瓯越纺织优化产品介绍，将每款产品的工艺、花型以及面料制成成衣的效果详细展示给客户，通过这种专业、细致的“陪跑式”服务，在国际市场上赢得了良好口碑。

王叶琼还提到：“在销售过程中，产品对接是对时尚潮流、流行趋势的把控。”瓯越纺织会依据外销市场需求，进行小批量、多频次、轻定制的产品生产，以此预判和储备下一个销售风口，与同质化产品形成时间差。

另外，瓯越纺织深知绣花面料产量低、制作难度高的特点，采取积极策略，对部分绣花面料产品进行现货储备，以便快速响应国外客户的紧急订单需求，在客户急需时及时供货。这种前瞻性的库存管理策略，使瓯越纺织能够有效应对市场不稳定因素和不断变化的客户需求，具备较强的抗风险能力。

王叶琼表示：“如何将自己所学和纺织融会贯通，是我们这一代纺织人需要追求的目标。”对她而言，“语言”不仅是沟通媒介，更是连接需求的桥梁。从语言学转型为面料领域的探索者，王叶琼得到了父辈纺织人的帮助，也融合了柯桥纺织业的新活力，为新生代纺织人的转型提供了优秀范例。TA



# 挑战与机遇并存！ 2025 中国纺织外贸 破浪前行

■ 本刊记者\_夏小云

2025 年伊始，一则重磅消息引发行业内外高度关注：特朗普政府拟对中国商品征收 60% 关税。这一消息瞬间成为舆论焦点。2 月 1 日，美国政府宣布对所有中国输美商品加征 10% 关税。3 月 3 日，美国政府又宣布，以芬太尼为由对所有中国输美商品进一步加征 10% 关税。这一系列消息不仅引发全球关注，也让中美贸易关系再次成为焦点。而这些，只是中国纺织服装行业面临的复杂外贸形势的冰山一角。



## ● 稳中有忧，压力交织

2024 年，中国纺织品服装出口以 3011 亿美元的总额连续第五年站稳 3000 亿美元台阶，同比增长 2.8%。中国纺织工业联合会国际贸易办公室分析认为，2024 年四季度以来，欧美市场需求有所回暖，叠加 2023 年同期基数较低、外贸企业为应对美国贸易政策的不确定性“抢出口”等多重因素，我国纺织行业 12 月出口额明显回升。而根据海关总署 2025 年 3 月 7 日发布的最新数据，按美元计，今年 1—2 月纺织服装累计出口 428.8 亿美元，同比下降 4.5%，其中纺织品出口 212.2 亿美元，下降 2%，服装出口 216.6 亿美元，下降 6.9%，折射出行业面临着复杂环境。

首先，贸易壁垒升级。特朗普政府贸易政策再度成为全球贸易格局的不稳定因素。美国对华商品关税或将升至 60%，这如高悬之剑，严重影响中国对美出口。近年中国对美纺织品服装出口占总出口约 20% 左右，美国市场举足轻重。一旦加征关税落地，中国产品在美国市场价格优势将被削弱，而此时越南、柬埔寨等国却能凭借诸多优势承接大量订单。

其次，绿色贸易壁垒问题也值得关注。欧美一些国家推行的绿色贸易壁垒，看似是对环保的高标准追求，也不排除借环保之名行贸易保护之实，旨在打压中国纺织服装行业发展。以欧盟《企业可持续尽职调查指令》、美国《清洁空气法》为例，这些法规对纺织服装设定了极为严苛的环保要求。

另外，供应链重构加速。越南已签署并生效 16 个自贸协定，覆盖 60 多个国家，在主要出口市场如美国、欧盟和日本，其纺织品和服装几乎零关税进入，这使得许多原本属于中国的订单流向越南。柬埔寨也凭借廉价劳动力和相对稳定的政治环境，吸引国际品牌将订单转移至此，当地已形成多个规模庞大的纺织服装产业集群，为国际品牌代工并直接出口欧美市场。

此外，美国拟取消小额包裹免税政策，进一步压缩中国纺织服装企业利润空间，企业若不转移订单，在价格竞争上会更加吃力，而越南、柬埔寨等国的低成本优势则凸显，促使订单加速外流。美国贸易政策还可能引发其他国家连锁反应，让中国纺织服装行业面临的国际市场环境愈发艰难，订单转移风险进一步加大。

## ● 新机遇涌现，助力转型升级

在挑战之中，新机遇也在蓬勃生长。RCEP 生效三周年，为中国纺织服装行业带来显著红利。关税壁垒降低，原产地累积规则促进区域内产业链深度融合。2024 年中国对东盟纺织品服装出口同比增长 6.8%，双方在原材料供应、生产制造、市场销售等环节联系更加紧密，形成优势互补的产业合作格局。

跨境电商发展势头同样强劲，成为行业增长新引擎。据了解，2023 年我国服装跨境电商出口额占全国跨境电商出口额的 26.61%，足见服装跨境电商发展速度之快、潜力之大、带动作用之强，这种外贸新业态为纺织服装产业转型升级增添了蓬勃的生命力。2024 年，跨境电商出口额在纺织服装出口总额中占比不断攀升。国家出台的“离境即退税”政策更是缩短退税周期，加快企业资金周转，为跨境电商发展注入强大动力。企业通过跨境电商平台，直接对接全球消费者，减少中间环节，提升品牌影响力与产品附加值。与此同时，数字经济快速发展，为跨境电商带来广阔前景，为纺织外贸开辟新销售渠道，提供发展新机遇。

面对全球贸易格局变化，中国纺织服装行业积极推进市场多元化战略，新兴市场崭露头角。2024 年，中国对“一带一路”共建国家出口额占比近 55%，孟加拉、波兰、南非等市场出口表现突出。这些新兴市场人口众多、消费潜力大，且与中国在贸易政策、产业结构上互补性强，为中国纺织服装行业提供广阔市场空间，降低对欧美传统市场依赖，增强行业抗风险能力。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲强调，在深化传统市场开发的同时，开拓新兴市场，利用好 RCEP 机遇，加强与东盟、非洲等成员国投资与经贸合作，打造多元高效贸易市场格局和产能合作体系，对于中国纺织外贸行业的稳定发展至关重要。

## ● 积极应对，寻求突破

面对美国对中国商品高额的关税壁垒，越南却仅被征收 5% 的关税，这一差异促使了一场奇特的产业“变形记”：中国生产的运动鞋被批量运至越南，仅需撕去“中国制造”标签，换上越南制造即能以更低价格出口美国。

但即便是高额关税也难以撼动中国的供应链优势。产业链如同生命体，总能找到出路，很多国内企业直接在越南建厂，享受税收优惠。比如健盛集团计划在越南南定省投资建设年产 6500 万双棉袜、18000 吨色纱等的新生产设施。未来几年，产业链如何调整与重组，将是全球贸易格局中的重要看点。

同时企业们通过多元化市场布局，降低了对单一市场的依赖，并积极开拓新兴市场。“美国市场因关税问题阻力很大，东盟市场相对好一些，我们加大了对那里的投入，出口到东盟的纺织面料，包括家纺面料和服装面料都有所增加，虽然具体增长比例还不好说，但这是突破困境的重要方向。”际华三四二纺织有限公司外贸部部长刘党党表示，企业不仅出口成品，半成品出口也在增加，这些半成品在东盟深加工后还会出口到欧美。同时，他们会优化生产流程，提高效率，降低成本，也会和供应商协商，争取更优惠的采购价格，或者寻找替代材料。

南通是中国家纺产业的重要基地，面对复杂的外贸形势，南通家纺产业集群通过市场多元化战略，成功应对了贸易保护主义的挑战。一方面，南通家纺通过品牌化发展，提升了产品的附加值和市场竞争能力。另一方面，南通家纺积极拓展新兴市场，通过“一带一路”倡议，将产品销往中东等地区，据了解 2024 年南通毛毯在中东热销。南通还积极推进跨境产业园建设，并开展前期布局的海外仓数据信息整合，开发跨境一体化云仓平台，为行业企业提供跨境服务的技术和人力支持，引导企业积极参与跨境贸易。

盛泽纺织产业集群在对美出口面临关税压力时，通过开拓 RCEP 市场，2023 年对东盟纺织品出口增长 35%，有效替代了部分美国订单。

在全球贸易环境复杂多变的背景下，纺织企业和集群还积极通过跨境电商与海外仓布局。“跨境电商是拓展海外市场的好途径，我们在这方面取得了不错的成绩，一年多时间卖了一百多万件卡通毛巾产品，产品退货率低，靠的就是质量和设计。”河北瑞春纺织有限公司相关销售负责人梁佳谈到，“毛巾绣技术很受欢迎，融入迪士尼 IP 的产品成了爆款。产品创新和热门 IP 结合，能让我们更有竞争力。”

面对美国提高关税和贸易保护主义，SHEIN 通过供应链外迁和海外仓布局，降低关税成本，利用跨境电商直接触达消费者，提升毛利率。2025 年初，SHEIN 再度发力，正式推出旨在加速卖家全球销售倍增的“爆单计划”。该计划预计将投入百亿级站内外流量资源，为跨境商家提供强有力的支持，这标志着 SHEIN 在推动中国产品和中国品牌走向世界方面迈出了又一关键步伐。此前，SHEIN 已成功实施了 300 城产业带计划和上新半托管模式，为跨境电商领域注入了新的活力。

为更好地应对外贸挑战，纺织企业还通过技术创新和品牌建设，减少对低附加值产品的依赖，重点发展功能性面料和高附加值产品。例如，盛泽纺织产业集群通过投资数码印花和无水染色技术，开发功能性面料（如阻燃、抗菌、防紫外线等）满足欧美高端市场需求。绍兴纺织产业集群通过深化专业化分工协作，培育区域品牌，强化品牌意识，提升产品附加值。



## ● 政府支持，协力共进

面对外贸挑战，中国政府积极作为，多部门协同发力，全力助力企业应对挑战。2025 年全国两会上，政府工作报告明确提出“扩大高水平对外开放，积极稳外贸稳外资”，这不仅彰显了我国稳外贸的坚定决心，也为纺织行业的发展指明了方向。众多来自纺织行业的代表委员围绕行业发展现状，就科技创新、产业升级、绿色低碳发展、产业链供应链安全等热点难点积极建言献策，力求推动纺织行业的高质量发展。

商务部会同外交部、工业和信息化部、中国人民银行、海关总署等多部门，出台 9 条有力措施。在金融支持方面加大力度，扩大出口信用保险承保规模和覆盖面，为企业抵御风险提供更坚实的保障；加强外贸领域信贷投放，缓解企业资金压力；优化跨境贸易结算，帮助企业提升汇率风险管理水平，减少汇率波动带来的损失。

同时，我国打出一系列政策“组合拳”。加大出口信用保险等传统工具的运用，对冲外部风险；持续扩大跨境电商综合试验区，为外贸发展培育新的增长极；积极培育绿色贸易与数字贸易新动能，推动外贸向绿色、数字化方向转型；以“跨境电商 + 产业带”模式推动贸易全链条数字化，提升贸易效率；联动进博会、广交会等重要平台，促进内外产业链耦合，构建起更具韧性的外贸体系，实现从“规模扩张”向“质量跃升”的战略转型。

各地政府也纷纷行动。广东省通过政策引导，积极支持纺织企业拓展新兴市场，推动产业升级，助力企业在国际市场上寻找新的发展空间。浙江省出台《转型金融支持纺织业绿色低碳发展指导意见》，构建纺织行业转型金融服务体系，鼓励金融机构创新与转型目标挂钩的金融产品，为纺织业绿色低碳发展提供有力的金融支持。海宁市针对企业出海拓市场的需求，持续性开展“千帆出海拓市增单”活动，组建“境外参展服务联盟”，并组织企业赴中亚开展经贸合作交流，为企业搭建了对外交流合作的新平台。

展望未来，中国纺织行业传统 OEM 订单或有所下降，但跨境电商、绿色高端产品有望实现快速增长。为了实现长远发展，中国纺织业需要完成三大跃迁：从成本驱动到技术驱动，从订单承接者到规则制定者，从世界工厂到全球品牌。同时，还需要注重风险防范，保障纺织原料供应安全，提升防控能力。只有这样，中国纺织业才能在全球纺织舞台上继续保持领先地位，实现可持续发展。

在这场充满挑战与机遇的外贸征程中，中国纺织业正以坚定的信念、创新的精神、开放的态度，努力探寻新的发展机遇，破浪前行。📌

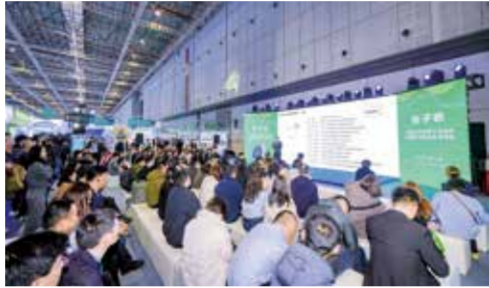


## 从工艺升级到场景创新， 莱赛尔纤维展现广泛应用前景

■ 欣文 / 文

3月12日，由中国化学纤维工业协会莱赛尔纤维分会主办的“莱赛尔纤维应用趋势主题论坛”在2025 yarnexpo春夏纱线展召开。中国化学纤维工业协会会长陈新伟、副会长吕佳滨、原副会长姜俊周出席本次活动。中国化学纤维工业协会莱赛尔纤维分会秘书长张子昕携手POP-Fashion面料趋势中心主任程任姬、天之华总工程师韩明兴、水星家纺技术中心总监沈守兵共同分享了莱赛尔纤维应用趋势脉络，从工艺升级到场景创新解析了其产业化发展路径。

陈新伟在致辞中指出，莱赛尔纤维近年来发展迅速，应用领域不断拓展。2024年我国莱赛尔产能全球占比达到60%以上，国产莱赛尔产量突破40万吨，同比增长27.4%，正从“小而精”向主流化纤品种过渡。在其发展的关键窗口期，为打破下游各产业链环节的技术瓶颈，攻克限制其发展的重要难题，中国化学纤维工业协会将持续开



会议分析了莱赛尔纤维的产业化路径。

展莱赛尔应用趋势研究工作，积极团结产业链上下游各方力量，推动莱赛尔纤维产业链上下游协同创新，为行业发展注入新动能。

张子昕就莱赛尔纤维的应用及发展趋势进行了分享。他表示：“随着莱赛尔产业链的逐步拓展与延伸，纱线、面料、印染等上游企业对莱赛尔的认知正不断深入，已能清晰把握其特性。”他预测，未来几年，莱赛尔纤维在服装、家纺等领域的应用将更加广泛，同时在价格上呈现出逐渐亲民的发展趋势。

程任姬重点分析了莱赛尔纤维在不同领域的应用趋势，并分别对时尚成衣、运动户外、牛仔、家居/内衣等细分领域的流行趋势进行了分析，展示了莱赛尔纤维在时尚行业中的广泛应用前景。

韩明兴介绍了其公司在莱赛尔纤维涡流纺上的应用实践，分享了纺纱工艺优化方式，为提升纺纱质量与效率提供了切实可行的路径。报告还展示了其公司在莱赛尔纤维与功能化、差异化和其他纤维混纺创新上的最新进展。

沈守兵分享了莱赛尔纤维在家纺领域的应用及趋势展望。他表示，目前莱赛尔纤维已广泛渗透至四件套、被芯、软凉席、美容巾等家纺产品中，在家纺领域占据了举足轻重的地位。未来，赋予莱赛尔纤维功能化和推进其场景化应用策略，都将有力推动莱赛尔纤维在家纺领域的使用量实现更为显著的增长。TA

## 纤维新视界·纺织材料创新论坛召开

■ 陈墨 / 文

3月12日，纤维新视界·纺织材料创新论坛——桐昆·中国纤维流行趋势2025/2026入选纤维专场活动在国家会展中心（上海）举办。中国纤维流行趋势自发布以来，始终聚焦于本土功能性、差异化，以及高性能纤维等材料的创新发展，通过系统梳理原材料领域的动态演变，构建起覆盖全产业链的信息传导机制，将纤维领域的突破性技术、跨领域应用场景及未来发展方向传递于下游市场，以源头创新为驱动力，搭建起产业协同创新的交流分享平台，为全球纺织价值链的优化升级贡献中国智慧解决方案。活动现场，6位中国纤维流行趋势2025/2026入选企业代表作了专题分享。

“行纤维之事 利国计民生”是中国纤维流行趋势的冠名单位——桐昆集团股份有限公司的初心。桐昆集团股份有限公司管理部经理、高级工程师李国元表示，在绿色制造领域，桐昆集团通过三大技术体系重塑行业标准：原液着色技术突破传统染色工艺限制，生物基呋喃聚酯纤维实现低碳循环，循环再生纤维构建起“废瓶一纺丝”的闭环体系。桐昆集团在阳离子/原液着色混纤、C

型扁平导湿纤维等领域的创新，不仅提升了产品功能性，更通过工艺革新实现了节水减排的行业标杆效应。其开发的仿醋酸八角纤维，为高端面料开发提供了新选择。

伊品新材料依托基因工程技术优势，成功开发出生物基尼龙56纤维，突破了石油基材料的技术瓶颈。黑龙江伊品新材料有限公司新材料事业部总经理郑文昌介绍，伊品新材料通过高效催化菌株和绿色提纯技术，实现了植物原料到高品质尼龙的转化，其生物基含量及低碳特性获得国际权威认证。产品在服用性能上表现突出。

三友集团以ReVisco™ Black纤维为载体，构建起“循环再生+原液着色”的双链技术体系。唐山三友集团兴达化纤有限公司产品研发部部长刘辉介绍，通过梯度化废纺料应用和清洁生产工艺，三友集团开发的黑色循环再生纤维，在保持优异色牢度的同时，显著降低了生产过程中的环境负荷。通过FSC森林认证和RCS回收认证，建立起从原料到产品的全生命周期追溯体系，为行业提供了可追溯绿色纤维的范例。

连云港杜钟新奥神氨纶有限公司研发

总监曾登介绍，奥神氨纶开发的GRS再生氨纶和rPET基再生氨纶，通过工艺创新实现了废丝和塑料瓶的高值化利用。生物基可降解纤维的研发突破，标志着奥神氨纶在材料可持续性方面的重大进展，特别是在耐氯性能和生物降解速率上的技术突破，为弹性纤维在高端运动服饰和医疗领域的应用开辟了新方向。

江苏三联新材料股份有限公司市场总监孟红军介绍，通过PET/PBT/PTT基材创新和复合纺技术突破，三联新材料开发出非氨弹性纤维、功能纤维及复合纤维三大产品线。在轻量、弹性、功能化等领域形成独特优势，特别是超中空纤维、凉感纤维和光热纤维的开发，显著提升了产品的服用性能和附加值。

江苏康溢臣生命科技有限公司专注于提供功能材料一站式解决方案。康溢臣研发总工程师宋慎群介绍，通过吸波发热和热反射技术的创新应用，显著提升了纤维的保暖性能和穿着舒适性。特别是在极端环境下的热管理解决方案，为户外运动装备和医疗健康领域提供了新选择。TA

## 国际范、许村味！ 海宁家纺成为“双面”大赢家

■ 本刊记者\_徐长杰

日前，2025海宁中国·国际家用纺织品（春季）博览会（简称2025海宁春季家博会）在海宁中国家纺城落下帷幕。这不仅是一场家纺行业的盛会，更是海宁家纺产业发展历程的一次生动缩影与全新起点。

海宁家博会历经24年，已成功举办32届，堪称海宁“家门口”的盛会。它从最初单一的单品贸易，逐步发展成为覆盖全产业链的展会，产品范围涵盖窗帘、沙发布、相关辅料以及机械设备等，构建起完整的产业链条。

今年，海宁春季家博会吸引了众多国际展商和采购商踊跃参与，进一步向国际化迈出坚实一步。海宁布艺产业从国际视野出发，又深深扎根许村，“好面料、许村造”的理念在本届展会上愈发深入人心。

### 打造以创新链为核心的家纺产业“生态圈”

经过40多年蓬勃发展，许村家纺实现了“一块布”到“一个家”的跨越，拥有雄厚实力和规模、产品、配套三大显著优势，家纺经营主体近8000家，家纺产品在全国市场占有率约为35%，出口40多个国家和地区，集聚了11个公共服务平台，产业链生态和营商环境持续优化。但作为传统产业，家纺行业普遍面临生产成本不断攀升的困境。在此背景下，海宁许村选择走产品高质量发展之路，驱动家纺产业向更高层次迈进。

长期以来，海宁家纺致力于打造以生产要素为核心的完整产业链，凭借产业链的完整性塑造成本优势，同时提供全品类产品服务。如今，终端消费需求日益提升，海宁家纺产业平台也朝着更高水平发展。未来，海宁将逐步从以产能优势为核心的产业集群，转型为打造以创新链为核心的家纺产业生态圈。在这个转型过程中，海宁将以高端面料为切入点，依托创新链拓展创新平台建设，尤其注重印染工艺的突破，激发内外贸市场的创新活力，构建起以高质量发展为导向，以新材料、新面料和新市场为核心的创新体系。

多年来，许村全力拓展千亿时尚产业版图，努力实现从全产业链产业集群向创意型集群的华丽转身。在这一过程中，数字赋能、时尚赋能、服务赋能成为推动家纺产业跨越式发展的关键力量。通过数字化手段，家纺企业优化生产流程、提升产品质量、精准对接市场需求；时尚元素的融入让家纺产品从简单的实用品转变为兼具审美价值的时尚家居用品；而完善的服务体系则为企业发展提供了坚实的保障，从原材料供应到产品销售，每一个环节都得到精心呵护。

新的时期，海宁将在传统产业“33条”专项政策的基础上，保持政策“三年稳定、持续优化”，支持许村国际时尚中心、家纺城“国风时尚基地”建设，坚定不移推进家纺产业高质量发展。近年来，浙江省以“415X”先进制造业集群培育为抓手，强化人工智能、大数据与传统纺织业深度融合，推动产业向高端化、智能化、绿色化升级。通过“链长+链主”机制深化产业链协同，联动长三角构建环杭州湾国家先进制造业集群，打造具有国际竞争力的纺织产业生态。未来将聚焦科技赋能与绿色转型，加速产业链、创新链、价值链“三链”融合，推动纺织服装业在数字经济浪潮中实现高质量发展。

### 接轨全球与国潮涌动，海宁家纺“双面蝶变”

海宁春季家博会首次开辟了家纺外贸区，创新谋划组织了“许村优品”家纺外贸对接会。连续2场“许村优品”家纺外贸对接会的成功举办，在实现展会“促外贸 纳新企”目的的同时，也让海宁家博会的“国际化”道路被更多企业与海外买家所看到，更擦亮了海宁许村家纺产业的金名片。



展会期间始终人潮如织，商贸氛围浓郁。

作为首次创新开展的、加速展会“国际化”升级的商贸项目，“许村优品”家纺外贸对接会自消息公布以来，便吸引了不少从未参加过海宁家博会、专注外贸市场的海宁家纺企业的关注；一些居住在中国或自己国家的海外买家，也在获知消息后快速作出了来参加海宁春季展会的决定。

会上，来自不同国家的采购商带着明确需求与国内供应商深入交流。一些国际采购商表示，海宁家纺产业的规模和实力令人惊叹，这里产品种类丰富、质量可靠，在全球市场都极具竞争力。通过外贸对接会，国内企业获得了许多宝贵的订单，也对国际市场需求有了更深入的了解。例如，一家专注于高端窗帘面料生产的企业，借助外贸对接会与欧洲一家知名家居品牌达成长期合作意向，其产品将进入欧洲多个国家的高端市场，这不仅增加了企业的销售额，还提升了品牌的国际知名度。外贸展区和对接会让海宁家纺产业在国际市场道路上迈出了坚实的一步。

在家博会举办的同时，“锦韵潮城 风尚许村”2025国风时尚面料新春推广季暨时尚面料供应链对接会活动也同期举办，这一活动，让众多观众看到了海宁家纺产业的另一面。

在这里，国潮元素无处不在。“许村优品”服饰面料展展示的面料，巧妙融合传统织锦工艺与现代设计理念，用绚丽色彩和精美图案诠释着国潮魅力。有的面料上绣着寓意吉祥的传统花鸟图案，以现代简约的构图呈现，在保留传统文化韵味的同时，又符合当下时尚审美。

“非遗东方 锦韵潮城”纺织非遗创意与时尚展更是将传统纺织非遗与现代时尚紧密结合。现场展示的纺织（非遗）文创产品，如带有织锦元素的手包、丝巾，还有用传统扎染工艺制作的服装，吸引了众多参观者的目光。这些文创产品不仅是一件商品，更是传统文化的载体。国潮元素的融入，让海宁家纺产业在传承文化的同时，找到了新的发展方向，赋予产品更高的附加值，吸引了更多年轻消费者和追求个性化产品的客户群体。

“海宁家博会的成长史，恰是中国家纺产业飞跃发展的生动写照。”中国纺织工业联合会副会长杨兆华表示，从区域性展会到引领家纺潮流的风向标，从单一贸易平台进化为集商贸合作、技术创新、文化交融于一体的综合平台，如今海宁市许村镇已经培育出颇具竞争力的家纺产业集群。

随着全球经贸往来日益紧密，以及消费者对家纺产品需求的不断升级，海宁家博会将持续拓展商贸合作的深度与广度，吸引更多国际知名企业 and 品牌入驻，为海宁家纺产业带来更丰富的资源与机遇。海宁家博会也会持续助力更多企业踏上国际化征程，让海宁家纺产业的品牌在世界范围内更加响亮，书写中国家纺产业发展的崭新篇章。TA



# 户外无界，功能无限

## 中国轻纺城户外功能面料专营区崭新启航

■ 本刊记者\_王利

春潮涌动，扬帆起航。随着户外运动热潮席卷全球，功能性面料市场需求持续攀升。作为中国轻纺城的发祥地，中国轻纺城集团旗下东升路市场精准把握市场脉搏，率先规划建设中国轻纺城户外功能面料专营区，致力于通过吸引头部企业集聚，掌握户外运动面料话语权，打造高端户外功能面料集聚“新地标”。

3月18日，中国轻纺城东升路市场迎来里程碑式新起点——中国轻纺城户外功能面料专营区正式开业，标志着户外功能面料产业迈向新征程。这是中国轻纺城市场转型升级的又一次探索，也是东升路市场生态深度布局的又一次突破。

### 腾笼换鸟，构筑产业集聚新高地

近年来，中国轻纺城集团坚持以市场主业为基石，不断培育新业态、新模式。面对行业发展新趋势、新需求，东升路市场栽下“户外功能面料专营区”这棵“梧桐树”，吸引行业领军企业“凤凰来”，积极推动高端面料产品成为市场“腾笼换鸟”的新支点。

“从一根丝、一匹布到一件衣，柯桥纺织全方位、多领域引领着纺织产业稳健前行。”中国服装设计师协会专职副主席谢方明指出，作为中国轻纺城的标杆市场，东升路市场持续优化营商环境与市场服务，致力于构建充满活力的市场生态，打造面料品牌新高地。希望东升路市场能够继续发挥自身优势，不断创新突破，以更加开放的姿态拥抱市场变化，以更加务实的行动践行社会责任，为中国纺织服装行业的繁荣发展贡献更多的智慧和力量。

中国轻纺城集团党委书记、董事长潘建华表示，户外功能面料专营区的落成，不仅是一个商贸对接平台的升级，更是产业链协同创新的起点。未来将以“领跑+陪跑”式服务为入驻企业保驾护航，持续深化与外部城市、下游企业和设计团队的合作，同时进一步优化物流、外贸等配套功能，实现面料研发生产与终端消费需求的精准对接，为行业发展注入可持续发展的新动能。

当前，户外运动产业的蓬勃兴起带动了功能面料需求的急剧增长，户外功能面料专营区的成立直击行业痛点，通过集约化布局破解传统市场中面料分散、品质参差不齐等难题，构建了一个高端户外功能面料产品的高能集聚地。

### 精锐聚力，激活市场发展新势能

中国轻纺城户外功能面料专营区以构建“一线品牌供应商核心集聚地”为目标，已入驻三丰、紫荆花、上古、马萨等一批在功能面料领域极具影响力的企业，将通过构建集研发、展示、交易于一体的交易场景，为采购商提供全方位、定制化的面料解决方案，进一步抢占户外运动面料话语权。

作为首批入驻代表企业，江苏三丰特种材料科技有限公司深耕功能性材料领域20年，始终以“科技赋能纺织”为使命，公司研发的纳米



与会领导见证中国轻纺城户外功能面料专营区开业。

静电纤维膜技术、复合压胶工艺，以及自主研发的功能性纤维，已成功应用于全球一线户外运动品牌。“此次入驻东升路市场，正是看到更多品牌对中高端优质产品的需求，我们希望通过集聚成势，为全球客户提供从材料研发到终端应用的一站式解决方案。”公司总经理姚明说道。

吴江盛伟紫荆花纺织有限公司专注于轻量化户外面料的研发和销售，产品深受阿迪达斯、森马、波司登等数千家服装品牌企业青睐。公司总经理周建春表示，中国轻纺城作为亚洲最大的轻纺专业市场，拥有完整的产业链优势，专营区的成立将加速功能性面料的品牌聚焦与升级，打造出功能性纺织“材料创新、智能制造、场景应用”的全生态闭环和全国统一大市场，共同推动国家与行业标准升级，让柯桥中国轻纺城户外功能面料专营区响彻世界。

据了解，户外功能面料专营区项目自去年2月份启动，通过调研、考察、参观、招商等多个环节，至今年1月底一期全部招满。18家来自全国各地的功能面料标杆企业，涵盖了特种材料、功能性纺织品、高端面料、纳米科技等多个领域，汇聚全国顶尖户外功能面料品牌。

### 生态共建，打造沉浸式全新体验

从场景式主题展区到网红团话题营销，从互动打卡到品牌交流沙龙，开业首日，多元化精彩活动轮番上演，打造沉浸式全新体验和多方共建的产业新生态。

活动现场搭建以“户外无界，功能无限”为主题的露营形式特色展区，并设置多个互动打卡点，观众可通过沉浸式的场景体验和互动打卡，领略面料的创新应用及独特魅力。同时，活动还联合抖音、小红书等纺织领域网红达人，通过短视频、图文、笔记等形式，邀请大众参与“我与东升路市场的故事”话题互动，为“中国首个户外功能面料专营区”打call。

活动之余，与会嘉宾和来自全国各地的采购商共同参观中国轻纺城户外功能面料专营区，感受每一寸面料中蕴含的创新力量，探索户外功能面料的无限可能。走进位于东升路市场B区三楼的户外功能面料专营区，滑雪、徒步、骑行等广告幕墙让人眼前一亮，公共区域还进行了绿植造景，立柱采用时尚艺术水泥工艺，通道顶部采用投影灯，通过一年四季变换造型，与户外功能面料相映成趣，让人仿佛走进了大自然。

品牌交流沙龙环节，法国时尚运动品牌“PERFECT MOMENT”首席设计师李鸿雁，李宁荣耀系列设计师刘平粟，服饰品牌产品策划专家、美力城产品中心副总裁化高峰等五位嘉宾，围绕中国品牌在高端市场的面料创新之路、户外面料的时尚破圈秘籍等议题展开深度交流，为中国轻纺城户外功能面料的研发创新提供新思路。TA

# “盛泽织造”绽春展，创新领航织锦程

■ 陈墨 / 文

三月，春潮澎湃，纺织人的蓬勃春日也如期而至。3月11—13日，中国纺联春季联展期间，盛泽纺织企业集结成团，携众多创新产品与前沿技术精彩亮相，令区域品牌“盛泽织造”在纺织盛会上大放异彩。

据介绍，此次“盛泽织造”展团实力雄厚，恒力集团、盛虹集团、福华织造、罗曼罗兰、南华纺织、恒信织造、华佳丝绸、上久楷、涂泰克等151家盛泽纺织面料辅料知名企业悉数参展，展团总参展面积达4650平方米，规模再创历史新高。仅展会首日，盛泽展团共接待国内外采购商超万人次，客商面料采样近4.5万款，意向订单金额超5.4亿元。

此次亮相，恒力集团重磅推出了“轻潮纪元 时尚生态”主题展，携旗下6大系列新品闪耀登场，展现前沿时尚与可持续发展的创新理念，吸引了众多海外客商的关注。

盛虹集团则以其绿色环保的再生纤维面料为亮点，从原料端践行可持续发展理念，这些面料不仅符合当下环保潮流，而且在质感与色泽上表现卓越，成为众多时尚品牌采购商眼中的“香饽饽”。

福华织造、南华纺织、华佳丝绸、罗曼罗兰等专精特新企业，也以技术创新、产品升级吸引了来往客商的广泛关注。

值得一提的是，为进一步提升盛泽城市影响力及产业知名度，更好地方便广大客商到访盛泽，盛泽借高铁站开通的东风，在盛泽展团处设置了导服台、盛泽城市宣传展板，发放宣传资料及文旅优惠券，为来往咨询客商提供“一对一”精准对接，邀请客商实地考察盛泽产业，体验丝绸文化，感受盛泽魅力。



“盛泽织造”在展会期间大放异彩。

吴江高新区管委会主任、盛泽镇党委副书记、镇长徐惠林表示，“盛泽织造”作为中国纺织业的佼佼者，一直在技术创新和产品质量上走在前列。此次参展，不仅展示了盛泽纺织企业的实力，更体现了盛泽纺织人对行业未来的深刻洞察和坚定信念。他希望盛泽镇各参展企业要全力抢抓各大展会的“窗口”机遇，全面展示“拳头产品”，提升科技自主创新能力，大力发展丝绸纺织产业新质生产力，提升产品附加值，增强市场竞争力，为“盛泽织造”品牌注入更多的活力和内涵，共同打响“盛泽织造”实力品牌，为纺织产业的转型升级和可持续发展贡献力量。TA

**纺织服装周刊**  
TEXTILE & APPAREL WEEKLY  
中国纺织工业联合会会刊

广告

权威，专业时尚



纺织服装周刊  
微信公众号

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

新媒体热线：徐长杰 010-85229373  
发行热线：张 艳 010-85229026

不断更新的行业信息库·三端覆盖的融媒体传播·专业的媒体推广与服务  
为中国纺织服装行业发声





# 全生物基聚酯，“碳”索纤维未来

德福伦 BioFleax™ PEF 纤维产品联合发布会举行

■ 苏秘 / 文

3月11日，由上海德福伦新材料科技有限公司和合肥利夫生物科技有限公司主办的“全生物基聚酯，‘碳’索纤维未来——德福伦 BioFleax™ PEF 纤维产品联合发布会”在 2025 yarnexpo 春夏纱线展举行。

中国化学纤维工业协会会长陈新伟致辞表示，德福伦作为国内差别化聚酯短纤维的领军企业之一，以全产业链布局和柔性化生产体系，为高铁、航天、高端服饰等领域提供了高品质纤维解决方案。利夫生物则是全球生物基材料的开拓者，其基于自研 FDCA 所制成的 PEF 材料被誉为“下一代聚酯”。德福伦和利夫生物强强联合推出的“全生物基 BioFleax™ PEF 纤维”兼具环保性与高性能，为纺织、家纺等领域开辟了绿色新赛道，这是对国家“双碳”战略的积极响应，也是化纤行业迈向可持续发展的标志性产品之一。

上海德福伦新材料科技有限公司执行董事杨卫忠介绍到，德福伦作为国家级“专精特新”小巨人企业，多年来构建了从基础研发到市场服务的全产业链体系，拥有四条国内先进的聚酯短纤维柔性化生产线，产品覆盖细旦、异型、改性、功能、有色、生物基六大类差别化聚酯纤维产品。在差别化聚酯纤维领域，德福伦深耕多年，依托“政产学研用”协同创新，成功量产 BioFleax™ PEF 纤维——以 100% 可再生植物资源为原料的生物基材料。在生物基 PEF 聚酯纤维的“无人区”中，走通了从实验室到量产的关键一步。未来，公司将与利夫生物共建生物基新材料联合创新中心，持续推动生物基纤维技术升级，以“纤维之绿”引领纺织产业低碳转型。

合肥利夫生物科技有限公司首席市场官、杭州利夫生物科技有限公司总经理罗钊在《生物基芳香族材料 FDCA & PEF 的发展与展望》报告中表示，利夫生物是目前全球具备千吨聚合级 FDCA 量产技术的企业，用其 FDCA 开发并量产了全生物基芳香族聚酯 PEF。除化学结构与石油基聚酯 PET 相似之外，PEF 兼具“生物基”“可回收”“高性能”的多重优势。过去十余年，利夫开拓了生物基芳香族材料在食品饮料、纺织服装、3C 汽车、航空航天等领域的应用，与众多世界五百强建立了战略合作伙伴关系。公司目前正在建设世界首条万吨级生物基芳香族材料旗舰工厂，建立高品质规模化供应能力，为化纤行业绿色发展做出贡献。

上海德福伦新材料科技有限公司研发总监胡述锋在《全生物基 BioFleax™ PEF 纤维探究》报告中提到，BioFleax™ PEF 纤维作为新一代生物基材料解决方案，从分子设计到终端应用构建了完整的可持续创新体系。该纤维以 100% 非粮生物质为原料，通过闭环循环系统实现全生命周期碳减排，较传统材料降低约 50% 碳排放，为纺织行业绿色转型提供了新的环保路径。BioFleax™ PEF 纤维分子结构与 PET 相似，但兼具高热稳定性、高韧性、低加工能耗及天然抑菌、抗紫外线、吸湿透气等特性，支持与 PET 兼容回收，为纺织业提供环保、高性能的可持续解决方案。

发布会现场，德福伦与利夫生物共同签署了关于设立“生物基新材料联合创新中心”开展生物基新材料联合开发与推广的战略合作协议，并为“生物基新材料联合创新中心”揭牌。TA

# 浙江佳人发布 ECOSO (伊可柔) 纤维

■ 宗边 / 文

3月11日，纤启永续，绿动未来——浙江佳人新材料有限公司新产品发布会在国家会展中心（上海）成功举行，会上发布了 ECOSO（伊可柔）纤维。中国化学纤维工业协会会长陈新伟、副会长郑俊林，国家发展改革委产业协调司原巡视员贺燕丽，浙江佳人新材料有限公司董事长郭永忠、创新研究院于文广博士等出席发布会。

郑俊林在致辞中表示，当前中国化纤行业正站在“双碳”目标与绿色制造转型的历史交汇点。相关政策文件要求，绿色纤维占比需进一步提升，循环再利用技术也被列为关键突破方向。浙江佳人新材料有限公司作为行业领先的化学法循环再生聚酯生产企业之一，通过其独有的化学循环再生系统，将废弃聚酯重新制造成具有可追溯性且可永续循环的高端再生材料，不仅成功攻克了废弃纺织品“无害化处置、高值化利用”难题，更以可追溯的再生体系，为行业树立了“从纺织品到纺织品闭环循环（T2T）”的全产业链新范例。

于文广作《佳人化学法再生纤维全场景解决方案》分享表示，根据“2025 年全球再生聚酯挑战”数据显示，2023 年全球纤维产量达 1.24 亿吨，其中聚酯纤维占比 52%，但其生产依赖化石原料且回收率不足。为此，实现废旧纺织品的回收利用是纺织行业绿色发展维度非常重要的课题，但是长期以来受制于政策、体系、技术等多重因素影响，废旧纺织品的回收利用始终是行业难以突破的难点、痛点、堵点。佳人新材料的涤纶纺织品分子级解聚再生技术，可实现纯度 99.9% 无限循环，攻克了废旧涤纶纺织品杂质分离、除色难题，再生纤维性能达原生级标准，真正实现从纺织品到纺织品的无限循环。

ECOSO（伊可柔）采用浙江佳人自主研发的“分子级链段修饰”



与会代表见证 ECOSO (伊可柔) 发布。

技术，通过聚合过程中的第三单体——亲水基团的引入，实现对染料小分子的高效吸附，提升染色效率，从根本上实现低温染色。此外，这一亲水基团有效改善了传统涤纶的疏水特性，为织物赋予了吸湿速干的排汗功能。同时，浙江佳人与正凯化学法循环再生涤纶短纤联合研发生产基地，以 T2T 化学法再生聚酯短纤为原料，积极开发一系列纱线和面料产品，突破再生短纤应用边界。此举不仅实现了再生材料附加值的提升，更构建了从技术研发到市场落地的全链生态闭环，彰显了中国企业在可持续材料领域的潜力。

于文广在接受行业媒体采访中详细介绍了 ECOSO (伊可柔) 的创新特点及其独特的核心技术。该纤维革新了染整工艺，仅需 98°C 即可完成印染，推动涤纶染色从此告别高温蒸汽时代。佳人化学法技术的迭代升级是市场需求推动及自身追求卓越品质共同驱动的结果，本次发布的伊可柔就是典型案例。未来，浙江佳人还将继续在化学法领域深耕，不断升级工艺，研发新产品，满足全球 T2T 市场不断增长的需求。TA



EAST MARKET 东市场  
中国轻纺城

中国时尚女装面料第1站

THE FIRST STOP FOR FASHIONABLE WOMEN'S CLOTHING FABRICS

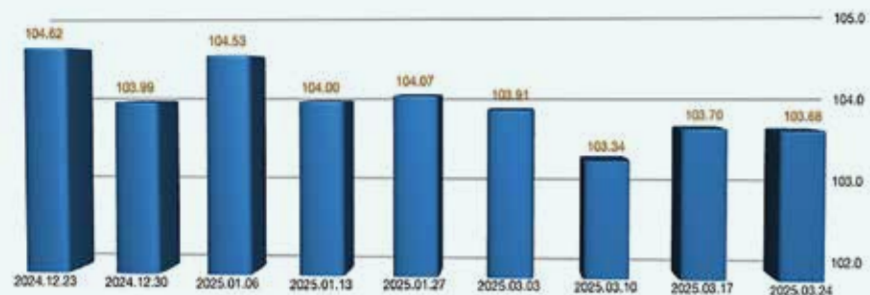


# 春市营销震荡回缩 价格指数环比微跌

## 20250324 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20250324 期纺织品价格指数收报于 103.68 点，环比下跌 0.02%，较年初下跌 0.81%，同比下跌 1.15%。

总价格指数



中国轻纺城春市营销震荡回缩，其中：原料市场价量微幅上涨，坯布市场价量环比上涨，服装面料市场布匹价量环比微跌，家纺类产品成交价量环比小跌，服饰辅料价量环比小跌。

### 原料行情微幅上涨，涤纶环比下跌，纯棉纱价稳量跌

据监测，本期原料价格指数收报于 87.00 点，环比上涨 0.01%，较年初上涨 7.97%，同比上涨 5.21%。

**聚酯原料涨跌互现，涤纶行情环比下跌。**本期涤纶原料价格指数环比下跌。近期华东地区 PTA 现货主流 4845 元/吨，环比上涨 25 元/吨；MEG 主流 4468 元/吨，环比下跌 117 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 6015 元/吨，环比下跌 105 元/吨；无光切片现金或三月承兑 6005 元/吨，环比下跌 90 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 6950 元/吨，环比下跌 235 元/吨；FDY 报价 7300 元/吨，环比下跌 210 元/吨；DTY 报价 8300 元/吨，环比下跌 120 元/吨。上游聚酯原料价格涨跌互现，下游需求环比回缩，聚酯工厂涤纶长丝价格环比下跌，市场成交环比回缩，订单环比下降，常规品种成交量环比下降。

近期，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 6750 元/吨，环比上涨 15 元/吨。纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 11100 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 17150 元/吨左右，环比持平。

**再生纤维素行情基本稳定，人棉纱市场价稳量升。**近期，再生纤维素价格基本稳定，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13650 元/吨左右，环比持平。周内各粘胶短纤厂家装置开机率环比增加，场内供应量环比增加。下游人棉纱市场成交环比回升，价格基本稳定。30S 人棉纱价格报 17450 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18500 元/吨左右，环比持平。

### 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 105.92 点，环比上涨 0.34%，较年初下跌 11.15%，同比下跌 8.75%。

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 151.37 点，环比持平，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持平。混纺纤维坯布收报于 103.76 点，行情环比持平，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比持平。化学纤维坯布指数收报于 102.00 点，环比下跌 0.25%，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下跌。

### 服装面料环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 110.00 点，环比下跌 0.07%，较年初下跌 5.72%，同比下跌 5.86%。

本期服装面料类价格指数环比小跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售仍显不足，春季面料下单环比回缩，夏季面料下单环比下降，对口客商入市认购逐日回缩，服装面料价格指数环比小跌。其中：涤纶染色布收报于 134.90 点，环比下跌 0.10%；涤纶春夏纺收报于 100.18 点；环比下跌 0.20%；涤纶网布收报于 101.64 点，环比下跌 0.26%；涤纶功能性面料收报于 98.79 点，环比下跌 1.21%；涤纶纬编起绒类面料收报于 100.06 点，环比下跌 0.18%；涤纶其他起绒类面料收报于 99.60 点，环比下跌 0.59%；涤棉针织布收报于 117.40 点，环比下跌 0.17%，拉动服装面料价格指数环比小跌。

### 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 99.47 点，环比下跌 0.17%，较年初下跌 1.37%，同比下跌 2.57%。

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下降，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 101.29 点，环比下跌 0.14%；提花窗帘收报于 100.99 点，环比下跌 0.03%；素色窗帘收报于 100.09 点，环比下跌 1.05%，拉动家纺类总体价格指数环比小跌。

### 市场行情环比回缩，辅料指数环比小跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 110.69 点，环比下跌 0.16%，较年初下跌 15.53%，同比下跌 17.07%。

本期服饰辅料类价格指数环比小跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，价格指数环比小跌。其中：花边收报于 156.31 点，环比下跌 11.42%，拉动辅料类总体价格指数环比小跌。

### 后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡小升走势。后市春季面料供给环比增加，现货成交和订单发货环比小增，夏季面料局部批量下单增加，终端订单将会出现增长。“金三”即将过去，大部分纺织人都对“银四”充满信心，因部分贸易商和织造厂家新风格产品订单有所推升，春夏季面料现货成交和订单发货局部增加，织造企业开机率环比增加，印染企业产出环比增长，预计创新创意产品认购踊跃度将环比增加，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



# 纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

纺织之光科技教育基金会是在1996年设立的“钱之光科技教育基金”的基础上，由一批拥有高度使命感和责任感，愿为中国纺织行业科教进步作贡献的优秀纺织企事业单位和个人捐赠资金成立的。2008年5月在民政部登记注册成为全国纺织行业性基金会，注册资金2000万元。

截至2024年底，纺织之光科技教育基金会已支持纺织科技奖1804项、优秀教师和学生4912名、优秀教学成果3120项、针织科技创新贡献成果145项、应用基础研究103项、科技成果推广355项、全国纺织行业技术能手397名、技能人才培养突出贡献单位43家、个人16人。

自1997年至今，科技教育公益活动支出超2亿元，对促进纺织科技教育事业起到了积极的推动作用。

宗旨：科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光  
微信公众号



# HONGMIAN



营业时间

周一至周五：8:00 — 18:00  
周六至周日：8:00 — 20:00

地址：广州市环市西路184号  
[www.hongmian.com](http://www.hongmian.com)

