

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

2025.05.19 | 第17期 | 总第1217期



中国轻纺城 CHINA TEXTILE CITY
TEXTILE NEW MATERIALS CENTER

纺织新材料中心

[纤聚柯桥 协同发展]



招商热线 84111017
-0575-

中国轻纺城北市场南侧

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

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 森
		余 辉
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: 
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*

全年 20 场对接！2025 纺织服装“优供给 促升级”活动启动
工信部：支持行业协会开展优势产业品牌出海活动
鄂尔多斯再次参与国标制定，即将正式实施

08

关注 *Attention*

从“墙外香”到“墙里香”，中国打出“组合拳”
中国制造的双线突围之路

10

话题 *Topic*

纺织服装业借力广交会布局全球

12

特别报道 *Special*

T2T 革命进行时：中国纺织业“织”就闭环经济新图景

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

挖掘发展增量，提振行业信心！
解锁中国纺织品牌创新发展路
秀展结合，2025 柯桥春季国际纺博会时尚再升级
拓展国内市场，深化协同共赢
“中国时尚女装面料第一站”秀出时尚新高度

18

封面故事 *Cover Story*

郑州银基广场：30 余年创新路，从市场到“产业路由器”

20

化纤 *Industry*

从小而精到年产百万吨，国产莱赛尔靠性价比站稳市场 C 位
恒申集团与 Ambercycle 携手推动 T2T 闭环回收体系规模化应用

22

纺机 *Industry*

释放纺机智造新能量

23

集群 *Cluster*

辽宁制造+义乌渠道，共拓万亿纺织市场蓝海

24

市场 *Market*

“水韵新尚·纺都雅集”打造柯桥纺织时尚新地标

25

观察 *Observation*

服装设计中面料创意设计的实践应用

26

指数 *Index*

春市营销涨跌互现 价格指数环比持平



刘 嘉
《纺织服装周刊》副社长

三组数据看纺织前景

当前全球经济复苏受阻，行业前景如何？近期的三组数据引人关注。

一是根据海关总署统计快讯，今年1—4月，全国纺织品服装出口额为904.7亿美元，同比增长1.1%。

二是国家统计局数据显示，一季度我国纺织业、服装业、化纤业固定资产投资完成额（不含农户）同比分别增长13.5%、22.9%和15.8%，增速较上年同期分别提高1.1、5.4和9.2个百分点。

三是市场信息显示，今年以来，以新中式为代表的国潮服饰、户外鞋服市场销售额同比分别增长120%、50%。

出口数据的增长彰显出行业发展韧性。今年以来，国际环境变乱交织，行业充分发挥完整产业体系优势和先进制造优势，我国化纤短纤、纺织纱线等主要中间品保持较好增势，为链接全球纺织产业链上下游、保障国际供应链稳定运转发挥支撑作用。我国纺织外贸企业积极构建多元化国际市场，一季度对美国、欧盟、日本、非洲、土耳其、孟加拉国等贸易伙伴纺织品服装出口均保持良好增势，为稳定全球纺织品服装贸易合作注入力量。

固定资产投资意味着信心。在行业供给端总体平稳以及国家“两重”“两新”政策加力扩围支持下，骨干纺织企业加快推动高端化、智能化、绿色化技术改造升级，纺织行业固定资产投资延续了2024年以来的较快增长态势。

内需方面，国潮及户外消费数据亮眼的背后，是国内宏观经济形势总体平稳、全国各地消费品以旧换新政策加力扩围及春节假日消费的强力支撑。一季度全国居民人均衣着消费支出同比增长1.2%；我国限额以上服装、鞋帽、针纺织品类商品零售额同比增长3.4%，增速较上年同期提高0.9个百分点，纺织品服装内销总体实现温和增长。

这三组数据及其背后的行业经济运行情况，不仅让我们感受到中国纺织业的韧性，更看到行业的未来前景。

当前，地缘政治冲突叠加国际市场需求波动，中国纺织行业面临的外部挑战空前复杂。同时，我们也要看到，冰雪经济、银发消费、国潮服饰、大健康等领域的纺织服装消费需求有望加快释放；新质生产力加快培育，人工智能等高新技术应用不断突破，行业高端化、智能化、绿色化转型升级投资仍将保持增长；我国纺织行业规模体系优势及先进制造优势长期存在，仍然是维系全球纺织供应链高效稳定运转不可缺少的重要力量。

行业的增长不仅靠量的增长，更要靠质的提升，纺织行业的健康平稳发展与高质量发展，也是中国发展战略全局的重要组成部分。今年是“十四五”收官之年、“十五五”的谋划之年，我们要以纺织工业“十五五”发展规划研究和化纤、产业用、印染三个细分行业的“十五五”发展指导意见为抓手，从科技、时尚、绿色、健康四个维度促进纺织行业的高质量发展，做好自己的事情，以高质量发展的确定性应对外部环境急剧变化的不确定性。

View point / 产经看点

据商务部消息，近年来，中国—拉美和加勒比国家经贸合作成果丰硕。2024年，中拉贸易额达到5184.7亿美元，创历史新高，中国对拉美直接投资流量达到147.1亿美元。截至今年3月，拉美国家累计在华投资设立企业达到3.7万家。

—— 商务部

据对全国流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，5月上旬与4月下旬相比，12种产品价格上涨，32种下降，6种持平。

—— 国家统计局

中国人民银行等五部门近日联合发文，明确金融支持广州南沙深化粤港澳全面合作的多项举措，推动广州南沙在粤港澳大湾区建设中更好发挥引领带动作用。

—— 中国人民银行

中国期货业协会最新统计显示，4月全国期货市场成交量为8.09亿手，成交额为70.18万亿元，同比分别增长21.49%和23.69%。按照成交额统计，排名各商品期货交易所前三的品种分别为上期所的黄金、白银、铜。

—— 中国期货业协会



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

全年 20 场对接！ 2025 纺织服装“优供给 促升级”活动启动

为深入贯彻中央经济工作会议精神，大力提振消费，全方位扩大国内需求，提升纺织服装供给质量，加快建设现代化纺织服装产业体系，工业和信息化部、商务部近日联合印发通知，组织开展 2025 纺织服装“优供给促升级”活动，部署了五个方面重点任务，筹划举办 20 场具体对接活动。

在产业链对接方面，通知提出，在春季 / 秋季联展期间，推动纤维企业、面料企业交流对接，支持纤维新材料应用，促进新产品开发。在行业活动期间，推动生产加工企业、品牌商开展合作，提升品牌竞争力。重点强化棉纺织等行业原料供应保障和品牌建设，促进纺织生物医用材料与下游企业对接合作。

在产销服务对接方面，通知提出，在地方和行业主办活动期间，促进数字化技术服务与企业对接，推动行业数字化转型升级，逐步培育一批既懂纺织行业又懂数字技术应用的服务商。强化产销对接和产融合作，组织企业参加“棉纺消费季”“绿色时尚纺织服装消费季”“外贸优品中华行”等活动，为优质国货产品提供面向消费市场的展示平台，推进纺织服装内

Direct/ 直击

工信部：支持行业协会开展优势产业品牌出海活动

日前，工业和信息化部发布通知，部署 2025 年工业和信息化质量工作。其中，在推进“中国制造”品牌建设方面提出，开展“中国制造”质臻品牌全国行活动，举办品牌经验分享、品牌建设沙龙、品牌故事展播等系列活动，宣传推广品牌建设典型案例，打造制造业名品精品、经典产业，营造建设以先进技术驱动、卓越品质支撑、匠心文化铸魂的品牌良好氛围。支持行业协会、专业机构开展优势产业品牌出海活动，讲好“中国制造”品牌故事，助力更多卓著品牌走向国门、走向世界。

通知具体明确了实施制造业卓越质量工程、推动重点产品提质升级、促进重点行业优质发展、提升质量公共服务效能、完善质量发展长效机制、推动制造业中试创新发展、推进“中国制造”品牌建设等七方面 21 项重点任务。

在促进重点行业优质发展方面，通知明确鼓励行业协会、专业机构牵头研制先进质量标准，加快高水平质量标准供给，倒逼企业持续提升产品质量水平，以标准引领制造业质量提升。深入推进重点行业增品种、提品质、创品牌，打造名品精品、经典产业。实施消费品“三品”行动，分级打造中国消费名品方阵，开展消费名品全国行活动。开展原材料“三品”行动，强化材料质量保障能力，研究制定一批原材料“三品”清单，遴选一批原材料“三品”典型案例，推动原材料品种更加丰富合理、品质更加稳定优越、品牌更具影响价值。

针对“中国制造”品牌建设，通知要求加快制修订品牌培育、管理和评价标准，健全制造业品牌标准体系。开展制造业品牌课题研究，探索构建制造业企业品牌评价指标体系，建立品牌数据库，强化动态监测、数据分析、成果应用。指导行业协会、专业机构开展标准研制、人才培养、评估诊断、交流推广等多样化活动，培育品牌建设人才，协同提高品牌建设能力。（郝杰）

工信部制造业中试标准化技术委员会成立，纺织领域数名专家成为委员

日前，工业和信息化部决定成立制造业中试标准化技术委员会，编号为 MIIT/TC2。该委员会的成立标志着中国制造业在标准化建设方面迈出了重要一步，旨在为制造业中试基础通用、关键技术、行业应用等领域制定和修订相关行业标准。

制造业中试是指在工业生产中，将研发成果进行规模化生产前的测试阶段。这一阶段不仅可以验证新技术、新产品的可行性，还能为后续的生产提供重要的数据支持和经验积累。第一届工业和信息化部制造业中试标准化技术委员会由 80 名委员组成，涵盖了来自行业协会、机构、高校、科研院所、企业等多个领域的专家和学者。其中，包括数名纺织及相关领域专家。秘书处由工业和信息化部电子第五研究所承担。这些委员将共同致力于制定和修订与制造业中试相关的行业标准，以促进技术的推广与应用。

2024 年，工业和信息化部、国家发展改革委联合印发《制造业中试创新发展实施意见》，提出到 2025 年，我国制造业中试发展取得积极进展，重点产业链中试能力基本全覆盖，数字化、网络化、智能化、高端化、绿色化水平显著提升，中试服务体系不断完善，建设具有国际先进水平的中试平台 5 个以上，中试发展生态进一步优化，一批自主研发的中试软硬件产品投入使用，中试对制造业支撑保障作用明显增强。到 2027 年，我国制造业中试发展取得显著成效，先进中试能力加快形成，优质高效的中试服务体系更加完善，中试发展生态更加健全，为产业高质量发展提供有力支撑。而标准化建设无疑是实现上述目标的重要保障。

这一委员会的成立，将为纺织业生产制造提供更加规范的操作流程和标准，促进各类新技术的应用，提高产品的质量和安全性。同时，也将为企业在国际市场上的竞争力提升提供有力支持。（郝杰）

Company/ 公司

鄂尔多斯再次参与国标制定，即将正式实施

近日，由内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司参与研制的国家标准 GB/T 45519-2025《纺织品 纤维定量分析 显微镜智能识别法》，经国家市场监督管理总局及国家标准化管理委员会批准正式发布，将于 2025 年 11 月 1 日实施。

该项标准由鄂尔多斯与中纺标（深圳）检测有限公司共同提出制定。为了解决山羊绒等特种动物纤维含量鉴别时人工操作稳定性和准确性欠佳的问题，鄂尔多斯自 2018 年起即开始与荷兰科学研究院（苏州兰波科技）展开合作，研究 AI 显微镜识别模型技术，针对显微镜智能识别技术在纺织品纤维定量分析中的应用展开深入研究和反复试验，终于成功将这先进一技术转化为国家标准。

此次国家标准 GB/T 45519-2025《纺织品 纤维定量分析 显微镜智能识别法》的发布及实施，实现了从主观人为识别到 AI 自动检测，为行业提供了科学、规范、统一、高效的检测方法，有力带动纺织检测的全面升级，是鄂尔多斯集团以科技力量引领纺织行业数字化转型升级的重要一步。

面向纺织行业数字化转型升级的战略机遇，鄂尔多斯集团作为中国羊绒纺织行业的企业，始终将标准建设视为引领产业升级的关键战略，依托国家羊绒制品工程技术研究中心和国家级工业设计中心两大创新平台，多年来持续主导及参与制定多项国际及国家、行业标准，以持续不断的创新实践为传统纺织业注入科技新动能。（赵莉）

重磅！欧瑞康向立达出售巴马格业务

近日，欧瑞康集团（Oerlikon）与立达集团（Rieter）达成最终协议，欧瑞康将旗下生产人造纤维的巴马格纺织机械业务出售给立达。这一交易在业内引发广泛关注。

巴马格旗下涵盖 Oerlikon Barmag、Oerlikon Neumag 和 Oerlikon Nonwoven 三大知名品牌，主要产品包括用于化纤制造的长丝纺丝系统、变形机、BCF 系统、短纤纺丝设备以及无纺布生产解决方案，此外还提供涵盖整个纺织价值链的工程服务。巴马格的主要市场集中在中国、印度、土耳其和美国，其创新和技术领先的产品主要在德国的雷姆沙伊德和诺伊明斯特，以及中国的苏州和无锡进行研发和生产。2024 财年，巴马格的销售额达到 7.34 亿瑞士法郎。

欧瑞康在完成此次交易后，将转型成为一家专注于表面技术的全球纯业务公司。凭借其在表面工程、先进材料等方面的技术优势，欧瑞康将继续服务于汽车、航空航天、能源等多个高端行业，通过创新技术助力客户提升效率、性能与生产力，同时积极探索新的市场和应用领域。

对于立达而言，此次收购意义重大。立达和巴马格在纺织行业的创新领导地位和工厂工程专业知识方面都有着悠久的历史。随着经济、人口等要素的增长，以及纤维供给质量提升带来的应用场景拓展，预计全球纤维消费量仍有增长空间。由于粮棉争地，叠加化学纤维的功能特征和高性价比，增量市场绝大多数仍依赖化学纤维来满足。收购巴马格后，立达在现有天然纤维业务的基础上，增加了在化学纤维领域的强大业务布局，实现业务的高度互补，这使其能够将战略和资本配置完全聚焦于终端市场和地区，为未来的发展创造更广阔的空间。（李子丹）



海丽雅集团新疆办事处揭牌。

深耕天山谋“新”篇， 海丽雅集团新疆办事处揭牌

5 月 10 日，海丽雅集团新疆办事处在新疆维吾尔自治区石河子市高新区举行揭牌仪式。

此次在新疆设立集团办事处，是海丽雅集团拓展西部安全应急产业市场、服务新疆发展的重要举措，具有重要的战略意义。公司将立足石河子市，辐射周边，持续为地区安全生产、防灾减灾、应急救援快速响应、应急装备物资保障等工作及社会公益事业贡献百年海丽雅力量，从而推动新疆地区“平安城市”建设，为当地发展筑牢安全根基。

海丽雅集团始建于 1922 年，前身为国营青岛花边厂，最初以生产扎头绳起家。多年来，集团紧跟国家战略，积极落实海洋强国战略和总体国家安全观等重要思想，走“专精特新”道路，聚焦海洋装备、防务装备和安全应急三大产业板块，实现了从传统产业到新兴产业的转型，成为行业内的隐形冠军。

此次新疆办事处的设立，是海丽雅集团对新疆安全应急市场需求的精准把握与积极回应，也是集团“加速出海”发展的关键一步。新疆办事处既是集团在国内办事处建设位于边疆的里程碑，更是海丽雅集团中亚五国出海规划的战略锚点，是中亚地区国内外业务的承接点，具有重要的战略意义。（陈笑）

新投集团 100 万锭棉纺项目落户喀什， 打造中亚最大全产业链集群

5 月 7 日，新疆投资发展（集团）有限责任公司与喀什市人民政府签署 100 万锭棉纺项目投资协议。项目达产后，每年可转化优质棉花约 15 万吨，强化新疆棉纺产业链供应链自主可控能力，为新疆棉花和纺织服装产业高质量发展提供坚实保障。

据悉，该项目选址喀什中亚南亚工业园区，总投资 35 亿元，占地面积 1200 亩，将打造涵盖纺纱、织布、印染、服装的全产业链集群。项目建成后预计直接带动当地 3500 人就业。新疆是中国最大的棉花生产基地，棉花产量占全国 90% 以上。新疆棉花和纺织服装产业高质量发展，事关我国棉花供给安全和纺织服装产业链供应链稳定。近年来，棉花和纺织服装产业被纳入新疆“十大产业集群”，加速优势资源转化成为产业发展的核心目标。

喀什市是“一带一路”核心区重要支点城市，拥有“五口通八国、一路连欧亚”的区位优势和中国（新疆）自由贸易试验区喀什片区的政策优势。充足的棉花资源、丰富的劳动力储备和便捷的交通物流网络为发展纺织服装产业奠定坚实基础，目前正全力打造从棉花种植、纺纱、织布、印染到服装设计、品牌营销的全产业链集群。（罗群）

直面关税战 内销篇

从“墙外香”到“墙里香”，中国打出“组合拳”

本刊记者_董笑妍

2025 年 4 月以来,美国对华实施了新一轮“对等关税”政策,这一举措直接冲击了中国纺织服装、电子设备等出口传统优势产业,使中国外贸企业面临出口成本攀升、订单流失的双重压力。

面对国际贸易环境的巨变,中国迅速启动一系列国家级战略响应。其中,就包括 4 月 13 日商务部在海口正式启动的“外贸优品中华行”行动,行动旨在通过政策扶持、渠道对接、标准衔接等举措,充分发挥中国 14 亿人口的超大市场规模优势,为外贸企业搭建转向国内市场的快速通道,打一场漂亮的“转身突围战”。

从“世界工厂”到“国民优选”的转型样本

4 月 13 日,在第五届消博会上,一场名为“外贸优品中华行”的全国行动在海南国际会展中心拉开序幕,一场覆盖全国的外贸转内销行动就此展开。商务部副部长盛秋平在活动中表示,当前外部不确定性上升,全球产业链、供应链受到冲击,外贸承压明显。“外贸优品中华行”活动将推出一系列务实举措,培育内外贸一体化综合服务平台,在线下组织外贸优品进商超,在线上引导电商平台设立相关专区,把更多外贸优品纳入“以旧换新”政策支持范围等,帮助企业打通出口产品内销堵点,实现国内国际两个市场协调发展、顺畅切换、相互促进。

长期为国际品牌代工的企业,正可借助政策东风完成自主品牌蜕变。作为代表企业,溢达集团旗下十如仕品牌总经理蔡巍表示:“从代工到品牌运营,必须读懂中国消费者。”这家曾因坚定选择新疆棉而受美国制裁的企业,用五年时间走通了转型之路,其高品质衬衫凭借“同线 同标 同质”标准,迅速赢得国内市场认可,也为外贸企业转型提供了鲜活样本。

据商务部数据显示,2024 年中国社会消费品零售总额达 48.8 万亿元,同比增长 3.5%,不断释放的消费需求,为外贸优品转内销提供了可观的市场容量。中国制造正借机从“世界工厂”迈向“国民优选”,为全球产业链调整提供“中国方案”。

从海口到全国：一场供需“双向奔赴”的消费革命

“外贸优品中华行”并非一城一地的尝试,而是全国联动的系统性工程,截至 4 月底已在多个省份成功举办。

作为全国首批内外贸一体化试点省份,江苏省率先启动,4 月 19—20 日,“外贸优品中华行江苏站”在南京举办,活动汇聚 200 多家企业,涵盖纺织服装、家居萌宠、轻工休闲、消费电子、医药保健等行业。其中,纺织服装行业成为突围重点,以参展企业苏豪控股为例,其带来的松鼠葡萄纹新中式套装、玉兰花宋锦旗袍套装等服饰,凭借设计理念与精湛工艺,首秀即引发采购商和消费者热烈反响。商务部还组织了京东、永辉、字节跳动等 80 余家大型商超、电商平台现场对接,首日即达成诸多合作协议。据悉,“外贸优品中华行江苏站”活动两日累计接待观众超 5.2 万人次,现场销售火爆,国潮丝绸服饰、抗菌地垫、智能跟行李箱等产品供不应求。活动过程中,江苏省商务厅还同步推出内外贸一体化专题宣讲,聚焦标准认证、知识产权保护等企业关切问题,搭建“政策直通车”。这场供需两端的“双向奔赴”,让江苏外贸优品与国内市场的共鸣愈发强烈。

紧随江苏,4 月 24 日,“外贸优品中华行”全国纺织服装对接活动在厦门举行。“厦门站”以纺织服装为特色,共吸引来自全国的 500 余家展商,涵盖纺织服装、面辅料、原创设计等。京东、天猫、淘宝、抖音电商等 40

余家头部采购商悉数到场,与参展企业面对面、一对一进行采购,推动外贸优品“产得出、产得优、卖得出”。同时,主办精心打造了“厦门外贸优品汇”专区,其内设置户外休闲、内衣面料、运动功能、宠物家居、平台赋能、综合品类六大特色展区,入驻了 26 家外贸品牌企业和 2 家平台企业,全方位展示了厦门外贸行业的优质产品与创新成果。展区中的“外贸优品网”作为重点展示项目备受瞩目,网站在支持企业特色产品出海的同时,积极与阿里巴巴等内销网站合作,推动网站成为内外贸一体化赋能平台,目前网站已有近 170 家品牌企业入驻,上线近 9000 种商品。

4 月 26 日,“外贸优品中华行湖北站”则以“乐购湖北”消费季为契机举办,打造出口产品拓内销的标志性平台,通过系列专题对接活动,助力外贸企业开拓国内市场,促进消费升级。现场,京东集团、淘天集团、武商集团等与多家外贸出口企业签订出口转内销采购协议、合作计划,签约金额达 145 亿元,为湖北外贸企业拓展内需市场注入强劲动力。约 200 家省内外的外贸企业、近 100 家流通企业开展对接。据悉,今年一季度,湖北省进出口总额突破 1700 亿元,同比增长 16.6%,增速高于全国 15.3 个百分点;社会消费品零售总额增长 7.3%,高于全国 2.7 个百分点。湖北省商务厅厅长龙小红表示,湖北将稳外贸与扩消费相结合,通过增加外贸优品供给、培育新消费增长点,加快释放消费潜力;同时,湖北将支持外贸企业开拓国内国际市场,推动内外贸资源整合,加快构建新发展格局。

展望未来：构建“双循环”下的消费新图景

“外贸优品中华行”不仅是一场产品展销,更是一次产业生态的重构。长期以来,中国制造的高品质商品大量供应海外市场,如今这些符合国际标准的外贸产品正通过政策支持和渠道对接,加速进入国内消费市场。虽然,还存在出口商品的标签标准与国内要求不一致等问题,但我们相信,在国家的大力推动下,这些问题将会很快得到妥善解决。

4 月 24 日,在商务部召开的新闻发布会上,新闻发言人特别针对助力“稳外贸、扩消费”,谈到了未来四方面的重点工作:一是畅通外贸优品内销渠道,搭建外贸企业扩内销平台。比如通过线下渠道,在重点步行街、商圈开展形式多样的展示展销、对接洽谈。在重要展会设立外贸优品展区,通过线上渠道在主要电商平台设置专区,促进渠道对接、产销对接,使消费者更加便捷地购买。二是加大外贸优品消费支持。目前各部门、各地方已出台系列扩消费的政策措施,有的已经把外贸优品纳入到消费品以旧换新的政策实施范围。下一步,要用好用足这些政策措施;同时,商务部还要把外贸优品扩内销同各地促消费活动结合起来,充分挖掘消费潜力。三是培育外贸优品消费品牌,摸排外贸企业内销需求,建立重点外贸优品企业名单。鼓励外贸企业研发生产适合国内消费者需求的优质产品;鼓励外贸企业发展自主品牌,积极打造外贸优品 IP,讲好外贸优品故事,扩大宣传推广,营造良好消费氛围。四是推动内外标准认证衔接。会同有关部门开展国内外贸易标准认证衔接调查,组织国内外标准比对,提升国内外标准一致性,打通出口产品内销堵点,降低企业市场转换制度成本。同时,培育内外贸一体化服务平台,为企业拓展内销提供公共服务。**TA**

直面关税战 电商篇

中国制造的双线突围之路

本刊记者_李亚静

关税重压之下,中国外贸企业正在积极寻找新路子。今年的五一小长假,从出口转内销、跨境电商的火热到反向“海淘”的兴起,无一不展现出中国制造的韧性与活力。这场由关税引发的变革,正悄然推动着中国外贸企业的转型升级与国际化进程。

进驻电商平台，探索内销出路

电商平台成为受困外贸企业的自救良方。早早布局的企业,在五一小长假迎来了一波销售热潮。

“不再等订单!我们靠自己,重启服装厂!”在小红书平台,一家以欧美品牌代工为主营业务的养成系服装人,借助“奶什么包”账号,述说着自家苦苦经营几十年的服装厂遇到的困难,并向网友表达其自救决心。她表示,“我们决定不再等了,我们要为自己打工,即使设备是凑的、灯光是借的,镜头前我手忙脚乱地介绍一件件衣服,第一次开播只有七个人,一件商品都没卖出去,但是网友一句‘没关系,你们会被更多人看到的’,就点燃了我们心中的小火苗,让我们决定继续干下去。”

五一小长假期间,这位服装人带着同事,每天平静地讲述着多款羊毛衫、T 恤衫的细节和优势,直播间人数不断累积,销售额一路上涨,他们的产品真的被更多人看到了!

在其他社交及电商平台,外销转内销的企业直播间也在积累人气。值得一提的是,外贸优品能快速与国内消费者见面,离不开商超百货、电商平台等多渠道齐心协力。早在 4 月中旬,京东、拼多多、永辉、盒马等电商平台就为受困外贸企业开出“线上方案”。美团第一时间成立专项,在“商家入驻、经营扶持、品牌打造”等方面开设绿色通道。淘宝天猫也已经启动“外贸精选”专项,计划通过快捷入驻、流量和佣金激励扶持、半托管服务等举措,助力外贸商家快速“外转内”。

跨境电商火热，反向“海淘”更燃

五一假期期间,入境游市场也迎来强劲复苏。携程数据显示,五一期间入境游订单量同比激增 130%,上海、深圳、广州、北京、成都、重庆、杭州、珠海、西安、青岛等城市跻身热门目的地榜单。

购物方面,中国的离境退税政策进一步激发了外籍旅客的“中国购”需求。在“来沪扫货”“老外拖着行李箱去义乌采购”等话题的带动下,五一假期,上海、深圳、义乌等地的入境游订单分别同比增长 138%、188% 和 60%。这次反向“海淘”,似乎与 4 月中下旬爆火的跨境电商不无关系。

美加征关税后,涨价与物资短缺促使大量美国消费者与零售商涌入电商平台寻找低价好物,中国跨境电商应用敦煌网(DHgate)突然迎来了“泼天的富贵”。作为跨境电商鼻祖,专注 B2B 平台的敦煌网,一手连接着中国的制造商和批发商,一手握着全球范围内的零售商、分销商和其他中小型企业。20 年来不温不火,如今一夜爆火,这背后是中国制造的力量,也是中国跨境电商人一直在储存能量。这次,敦煌网主动出招,推动满足小批量、快速反应的订单需求。启动“关税护航计划”,对坚持商品不涨价的商家,平台在流



量分配、物流服务等方面提供支持,还开发智能拆单系统,以技术创新对冲关税冲击。

许多中国供应商和厂商也积极行动起来,义乌商户集体入驻敦煌网,把吸管、纽扣、发卡等“小物件”搬上云端,制作 TikTok 视频,宣传推广“中国制造”,拉开了一场“中国制造揭秘潮”——不少被欧美消费者误认为“本土品牌”的商品,其实大多来自中国工厂。撕掉商标的“中国制造”再次圈粉无数。

在海外火爆起来的中国电商 APP 还有专注 B2C 的淘宝。不少淘宝商家已经感受到了海外流量暴增。专注外贸生意十余年的叶子向记者表示,她与老公在淘宝经营着一家外贸店,以前主要是针对美国市场,近年开始转向中东和欧洲市场。她表示,前几年在做美国市场时,手表、服装、包包的销量很不错,但是近几年隐隐感觉到了危机,所以他们提早就进行了转型。转型并不是想象中那么容易,例如一件床单,尺寸、花色、面料等等都要符合当地市场的喜好,需要与供应链企业全面协调尺寸、工艺等。定制化、个性化的产品更能体现特点,“我们要想办法留住消费者,保持住消费黏性。”叶子表示,外贸市场需要紧抓口碑和品质,不能把鸡蛋都放在一个篮子里,要灵活应对,多点布局。

不得不说,跨境电商平台令国外消费者真正感受到了中国制造的魅力。五一期间,火爆的入境游市场似乎也预示着,海外消费者并不满足于“反向海淘”,在完成多轮产品比对与供应链溯源后,他们正以专业买手视角主动探寻优质国货的产业源头。这种消费认知的跃迁,在五一小长假的消费热潮中集中显现,节假日经济形成的流量洪峰,则成为检验中国制造供应链实力与品牌转化能力的关键窗口。**TA**



魏桥、鹰游等众多家纺企业纷纷展示创新产品。

纺织服装业借力广交会布局全球

■ 本刊记者_夏小云

在全球经贸格局深度变革的当下，广交会作为中国外贸的关键窗口，意义非凡。近日，第137届广交会以“美好生活”为主题盛大举行，纺织服装企业纷纷在此展示实力、寻求突破。它们凭借创新驱动、全球布局与市场拓展的有力举措，展现出强大的发展活力，为行业的持续前行注入了澎湃动力。

创新领航，产品升级焕新发展

在消费升级的浪潮中，创新已成为纺织服装企业脱颖而出的核心竞争力。众多企业专注于产品创新，借助前沿技术与独特设计，满足消费者日益多样化的需求。

魏桥创业集团携全品类纺织新品惊艳亮相广交会，秉持“绿色、科技、时尚、健康”的理念，全方位呈现企业的创新成果。在纱线展区，展出高支纱、时尚创意、功能防护、生态环保四大系列产品，展示了从尖端工艺、创意赋能到实用革新、绿色循环的全品类产品；面料展区展出了通过纯纺、混纺工艺与先进后整理技术，打造的兼具舒适性与功能性的多种优质面料；家纺产品展区主要涵盖一次织造成型、低碳莱赛尔等六大系列；向尚运动展示了高支细旦腈纶、微米米镶嵌纺等系列产品，每一款都凝聚着匠心，精准满足不同客户的多元需求。新产品展区中，无水上染系列等绿色环保创新产品更是吸引众多目光，展现企业在技术突破与绿色发展上的不懈追求。魏桥创业集团将继续坚持深化科研创新、不断凝聚行业发展新动能，以更优质的产品和服务，推动纺织行业可持续发展、高质量发展。

鹰游集团旗下的飞雁毛毯、鹰游新立成纺织、金典纺织科技公司同样表现亮眼。飞雁毛毯在保留原有优势的基础上，积极探索新技术，成功推出3D印花压花毯、泡泡剖花毯等新产品。这些创新产品不仅丰富了产品线，还在美观度与实用性上实现了质的飞跃，吸引了大量来自中东、非洲等地的客户。鹰游新立成纺织以全系列精品毛毯生产基地为主题，集中展示了兔毛、法兰绒等多种产品，将创新理念深度融入实际生产，吸引了众多客户前来咨询，现场订单与合作意向不断，为企业的持续发展注入了强劲动力。金典纺织科技公司则专注于提升毛毯产品的品质，精心挑选高品质毛毯面料，从生产到质检的每一个环节都严格把关，充分满足了消费者对毛毯产品的多样化需求，赢得了众多客户的高度认可。

浙江省纺织品进出口集团有限公司在本届广交会上展示了采用非水介质印染技术生产的棉纱及面料，这一技术有效解决了传统活性染料染色工艺存在的利用率低、环境污染等问题。公司相关负责人表示，全球纺织企业正向绿色低碳转型，绿色能源、绿色材料和绿色技术将成为中国纺织企业出口海外的“重要法宝”。

全球布局，协同发展共克时艰

面对复杂多变的国际贸易形势，纺织服装企业积极响应“一带一路”倡议，加快推进国际产能合作，不断优化全球产业链布局，通过合理配置资源，有效应对贸易风险。

福建省尚飞制衣有限公司早在十几年前就极具前瞻性地开始构建全球产能网络，目前已在越南、埃塞俄比亚等地设立了成衣厂，同时在英国和智利建立了市场调研及销售机构。这种全球化的布局模式使企业能够灵活应对市场变化，充分利用不同地区的资源优势，实现生产成本的降低和生产效率的提升。今年一季度，公司订单额同比增长幅度达到70%—80%，

本届广交会客商接洽情况也远超预期。

东方国际集团深刻认识到国际化供应链布局的重要性，将其视为企业生存与转型的关键所在。集团在全球五大洲的27个国家和地区设立了96家海外业务机构，拥有21家境外纺织服装和时尚箱包工厂，海外工厂工人总数达4万多人。目前，集团正积极推动供应链模式的转型升级，从而进一步增强企业在国际市场上的竞争力。

纺织原材料和面辅料等上游和配套领域的投资，已成为企业全球布局的新趋势。江苏国泰国际集团有限公司计划投资21.5亿元，在越南和缅甸建设纺纱、织造和印染基地；浙江伟星实业发展股份有限公司将在越南投资8千万美元，建设纽扣、拉链等辅料工业园区。这些投资举措不仅有助于企业完善自身产业链布局，降低生产成本，还能够进一步加强企业在全全球供应链中的话语权。

多元拓展，精准定位开拓市场

在国际市场竞争愈发激烈的背景下，纺织服装企业积极实施多元化发展战略，通过精准定位市场，不断拓展业务边界，有效提升企业的抗风险能力。

厦门建宇实业有限公司的轻纺业务主要面向美国市场，专注销售户外运动和童装产品。面对美国关税政策带来的不确定性，企业并未坐以待毙，而是积极主动地探索应对策略。一方面，密切关注美国市场的货架库存情况，根据实际情况合理调整发货计划；另一方面，全力开拓新兴市场，持续优化供应链布局。公司相关负责人表示，从长远来看，多元化发展是提升企业抗风险能力的重要途径。

山东源自然家居用品有限公司始终坚持市场多元化战略，积极拓展“一带一路”沿线国家的市场。公司专注于环保家居用品的研发和生产，其推出的竹麻床品系列，兼具美观性与舒适性，深受消费者的喜爱。2025年一季度，公司海外销售额同比增长约30%。公司相关负责人表示，广交会是企业重要的拓客平台，每年超过70%的海外订单都来源于此。借助广交会的平台优势，公司成功开拓了科威特、摩洛哥、埃及等多个国家的市场，为企业的发展开辟了更为广阔的空间。

烟台众联实业有限责任公司借助数字化工具实现了效率的大幅提升。公司利用AI设计技术提质增效，实现由原本每周设计5个方案转变为每天300多个方案，同时还利用AI模型打造了非遗数字纹样库，使客户转化率提升40%。数字化转型不仅显著提高了设计效率，还为产品融入了丰富的文化元素，进一步增强了产品的吸引力，助力企业在激烈的市场竞争中脱颖而出。

第137届广交会上，纺织服装企业通过创新驱动产品升级、全球布局协同发展、多元拓展开拓市场，展现出了强大的发展潜力。未来，面对不断变化的市场环境，纺织服装企业将继续坚定不移地坚持创新发展理念，深化国际合作，持续优化产业布局，不断提升品牌影响力，向着纺织服装贸易强国的目标稳步迈进，在全球经济舞台上绽放更加耀眼的光芒。[T3](#)



RC RED COPPER
爱 · 的 · 陪 · 伴



广告

RED COPPER品牌是由鸿天集团全资控股，于2019年创立的原创设计师童装品牌，将陪伴孩子成长的点滴感受，和对孩子的爱融入到产品研发中，选用健康、环保、科技型面料，为2-15岁儿童提供，多场合、高品质、轻潮时尚的穿搭新方式。



实体店分布城市：济南、青岛、临沂
潍坊、烟台、郑州



RC官方抖音

RC微信公众号



T2T 革命进行时：中国纺织业“织”就闭环经济新图景

■ 本刊记者_郭春花

几年前，当人们谈及纺织业的循环经济，脑海中浮现的大多还是废旧瓶片制造的再生纺织品。如今，中国纺织企业正以技术为钥，将循环经济的触角伸向“纺织品到纺织品”（Textile to Textile，T2T）的终极闭环。

在 2025 yarnexpo 春夏纱线展上，浙江佳人新材料重磅发布可低温染色的 T2T 创新产品 ECOSO（伊可柔）；紧接着永荣股份与合作伙伴签约，将推动其消费后再生纤维爱赛纶从研发到市场应用的完整闭环；之后丝丽雅举办了 T2T 废旧纺织品循环再利用中试生产线投产仪式，新乡化纤年产 1000 吨 DT 溶剂法再生纤维素纤维（瑞赛尔）项目投产……

今年以来，废旧纺织品循环利用领域的一系列发布活动、签约活动接踵而至，竞相展示我国在废旧纺织品回收与循环再利用方面的最新科技成果。《纺织服装周刊》记者通过深入梳理这些令人瞩目的成就，全面展现纺织行业在科技进步与绿色发展道路上的坚定步伐与成果。

技术破壁，从“废料”到“新材”的分子级重构

T2T 闭环回收体系是通过技术手段实现废旧纺织品在纺织产业链内循环再生的系统性解决方案，其核心在于打破传统“原料——生产——消费——废弃”的线性模式，形成资源高效利用的闭环。其中，废旧纺织品分解技术至关重要，堪称“分子级手术刀”，为再生纤维性能与原生材料“同源同质”奠定根基。

浙江佳人新材料有限公司早在 2012 年成立之初，就率行业之先提出了 T2T 循环经济模式，十多年来一直致力于探索循环再生纤维领域，采用世界领先的化学循环再生技术，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。该公司目前每年可处理废旧纺织品超 4 万吨，生产 3 万吨再生产品。此外，公司年产 15 万吨绿色再生新材料项目已落户浙江省绍兴市柯桥区，预计 2025 年 5 月试投产，到 2030 年，将实现年产 50 万吨再生产品。

浙江佳人新材料有限公司创新研究院于文广博士介绍，目前，佳人新材料最新研发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。今年 3 月，佳人新材料发布了采用“分子级链段修饰”技术生产的 ECOSO（伊可柔）纤维。该纤维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，赋予织物吸湿速干功能。同时，浙江佳人与正凯建立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。

新乡化纤股份有限公司则与相关高校经过不断的探索和研究，利用绿色新型的纤维素溶剂体系——DT 复合溶剂体系实现纤维素温和条件下完全溶解，并根据该溶解体系建立起新的回收利用体系，成功制备出了新型再生纤维素纤维——瑞赛尔纤维。4 月 18 日，新乡化纤年产 1000 吨 DT 溶剂法再生纤维素纤维（瑞赛尔）项目正式投产。新乡化纤总工程师、白鹭新材料研究院院长谢跃亭介绍，该项目通过自主研



佳人新材料再生涤纶产品展示。

发的 DT 绿色复合溶剂体系，在常温条件下即可柔性溶解废旧棉纺织品，彻底颠覆传统溶剂体系高温溶解、高压输送的工艺，且溶剂回收率高达 99% 以上，真正构建起“回收——加工——消费——再回收”的闭环体系。

宜宾丝丽雅集团在再生溶解浆研发方面，也有较大成果。4 月 7 日，丝丽雅宣布其位于中国的首个废旧纺织品循环再生溶解浆工厂正式投产，启动 T2T 废旧纺织品循环再利用中试生产线，实现了废旧纺织品全产业链高值化循环再利用。该生产线将通过整合供应链伙伴的工业后及消费后纺织废料，生产高品质、低碳溶解浆，用于制造多种人造纤维素纤维产品。该工厂初期产能为 1500 吨 / 年，可满足时尚行业对低碳循环材料的迫切需求，以替代传统高碳足迹的森林纤维原料。近年来，丝丽雅集团不断完善废旧纺织品原材料分类回收、化学法清洁制浆和再生产品推广渠道，形成废旧纺织品制回收浆、再生纤维和纱线的一体化循环经济制造模式，并开发出了高强超柔循环再生纤维素纤维宜赛尔。

体系重构，全产业链协同打造循环闭环

废旧纺织品分解技术至关重要，但 T2T 全产业链循环闭环体系的建设更加重要。作为锦纶行业龙头企业，福建永荣锦江股份有限公司攻克核心技术壁垒，研发出消费后再生锦纶——爱赛纶 E-SUNLON®。产品以消费者消费后的废旧纺织品为原料，通过分类回收、预处理、化学物理法处理等工序，结合“高温高压组分分离、环保脱色、多道深层精滤、低温熔融技术”等多种技术，实现再生材料高精技术的突破，形成从废旧纺织品——再生切片——再生纤维——纺织成品的“绿色闭环”。今年 3 月 13 日，永荣股份与意大利兰蒂奇集团（RADICI GROUP）就消费后再生领域的长期战略合作举行了签约仪式。依托兰蒂奇集团全球领先的高性能聚合物技术，永荣锦江将实现 E-SUNLON® 爱赛纶消费后再生纤维从研发到市场应用的完整闭环。

新乡化纤则是联合中国酒店巨头——锦江全球创新中心等单位共同参与了 中国纺织工业联合会产业部的“旧衣零抛弃”城市行动计划，解决

酒店废旧布草回收与循环利用方面的瓶颈问题。据了解，2023 年，锦江酒店旗下三个酒店品牌的八家试点门店，累计回收约 3.13 吨布草，减少了温室气体排放 23000kgCO₂ 当量，项目回报率达到 15%。

恒申集团凭借前瞻性的战略眼光和深厚的科研创新能力，以自主研发的锦纶化学再生技术为核心，与日本东丽集团携手构建了再生锦纶 T2T 闭环回收体系，将提供废旧纺织品、废塑料循环利用全方位解决方案。目前，该项目已完成中试验证，正在进行工程化实践，预计于 2026 年一季度投产的一期项目，将形成 7000 吨化学再生锦纶的产能，填补国内锦纶 T2T 回收领域的空白。近日，恒申集团又和循环材料领域领导者 Ambercycle 宣布达成战略合作协议，将聚焦 T2T 闭环回收体系的规模化应用，通过联合开展再生纤维市场开发、废旧纺织品回收、技术工程协作、新材料生产及循环材料行业标准推广，加速行业向循环经济转型。

向生物法跃迁，T2T 将再迎新进展

经历了从“物理粗放拆解 1.0”到“化学精准重构 2.0”，废旧纺织品循环利用正在迎来生物酶再生技术 3.0。生物法作为 PET 回收领域的新兴技术，展现出令人期待的技术潜力。

源天生物科技（天津）有限公司就研发出了一种水解酶，可实现 PET 的降解回收。公司创始人尤生萍介绍，该技术具有三大优势：原材料方面，适配性更强，可处理各类含 PET 材料，实现全品类回收；降解产物方面，通



佩浦生产车间。

流程短、产品纯度高等优势，目前已经完成废旧纺织品、废丝、杂色片乙二醇醇解化学回收的小试工艺包。据朱昌全介绍，公司开发的 6 万吨的废料均化回收纺长丝项目 4 月刚刚在江苏佩浦科技集团开车成功。

江苏佩浦科技集团是一家专注于绿色环保的高新技术企业，公司构建了一套从废旧纺织品及塑料回收、再生聚酯切片生产到再生涤纶长丝制造的全产业链体系。佩浦联合创始人王志鹏介绍，佩浦通过物理法回收聚酯技术的突破，形成了“洗瓶——切片——纺丝”的再生聚酯全产业链，再生纤维的纯度和质量接近原生级别，满足国际品牌的严格要求。目前，公司可实现从废旧瓶子到再生涤纶色丝（FixDye）的全产业链生产。下一步，佩浦将利用自然界的强大催化剂——酶的力量研发生物法再生（BioCulus）纤维，将废弃资源转化为全新的产品。

废旧纺织品循环利用纤维的研发与生产已成为化纤行业绿色发展的重要方向。未来，随着技术的不断进步和市场的不断拓展，相信会有更多企业加入到废旧纺织品循环利用的行列中来，共同推动纺织行业的可持续发展。 **TA**

此外，惠通公司还联合欧瑞康成立欧瑞康巴马格惠通（扬州）工程有限公司，研发出了 PET 再生和化学回收整体解决方案。公司研发部经理朱昌全介绍，公司开发的连续在线回收利用原生聚酯装置进行 PET 废料化学法醇解回收，具有操作费用低、产品质量稳定等优势，已经在 300TPD 的连续聚合装置上实现工业化稳定生产。另一种化学回收方法具备原料适应范围广、工艺



展会首日，中国纺织工业联合会会长孙瑞哲、副会长阎岩等行业协会领导，以及柯桥区领导袁建、景亮、吴海洋、丁贵、袁笑文等参观展会。

挖掘发展增量，提振行业信心！

2025 柯桥春季国际纺博会圆满收官

■ 本刊记者 _ 王利

五月柯桥生机盎然，国际纺都风采绽放。在当前复杂多变的国际形势下，纺织企业转型升级之路怎么走？外贸转内销怎么转？多元化国际市场如何拓？绍兴柯桥作为全球最大的纺织品集散中心，积极应对外部挑战，带来“布”一样的解题方案。

5月6—8日，2025中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会（春季）（以下简称春季国际纺博会）在万众瞩目中成功举办。本届纺博会以“国际、时尚、绿色、高端”为主题，新产品、新技术汇聚，新趋势、新思维碰撞，新渠道、新机遇涌动，对于纺织行业而言，这场展会无疑是当下挖掘发展增量、提振行业信心的极佳平台。

本届展会总规划面积4万平方米，设展位1900个，参展企业超700家，分为纺织面料、时尚设计、服装服饰、



纺织机械、染整技术五大展区，通过整合产业链上下游资源，带来一站式商贸机遇。展会现场，不仅有木林森、布创集团、现色纺织等外贸领军企业，屹男集团、科旺纺织等时尚引领者，也有荣达织造、标点纺织等绿色先锋队，寻纺问技、王亿纺织等新锐科技派惊艳亮相，为纺织行业高质量发展注入“大众创新”力量。

深化国内外布局，抢抓全球商贸机遇

以打造“国际纺织会展中心”为目标，本次柯桥春季纺博会放眼世界，致力于帮助展商进一步开拓国内国际多元化市场。为确保展会实效，展会筹委会邀约20余个采购团组齐聚柯桥，其中14个浙江省外团组，以及科威特直飞团组、吉尔吉斯斯坦直飞团组、义乌一带一路外商团组等，为展商提供了连接世界与未来的展览大通道。

“美国的关税政策对我们没有影响，公司的客户主要集中在‘一带一路’共建国家，近年来不断走出去拓展多元化国际市场的同时，还积极开拓内销市场，取得显著的发展成效。今年以来，内销市场的销售额增长40%以上，外贸销售额也稳中有进。”浙江布创纺织集团有限公司总经理钱水江说道。本次展会现场，布创集团带来了丰富多元的人棉印花产品和新疆牛奶丝系列产品，吸引了来自缅甸、孟加拉国、伊朗等国家的采购商咨询洽谈。

浙江万杰纺织新材料股份有限公司工厂位于海宁，在柯桥设立销售中心，依托柯桥“国际纺都”的优势，抢抓全

球商贸机遇，每届柯桥国际纺博会正是万杰纺织拓展营销渠道的有效平台。“公司是一家专业生产和销售各类经编面料的工贸一体企业，可年生产各类高品质的针织面料约30000吨，产品畅销全球近百个国家和地区，广泛应用于服装面料、玩具、鞋业、床上用品、窗帘、沙发面料、汽车内饰等领域，美国市场销售额仅占到公司销售总额的5%左右，关税政策影响并不大。”公司总经理凌海峰说道。

作为柯桥外贸领域当之无愧的领军企业，绍兴木林森纺织有限公司每届展会都如约而至，由此足以说明该公司对柯桥国际纺博会的高度认可。在木林森的展位上挂满了琳琅满目的面料，来自全球各地的客商穿梭其中，寻找自己所需的面料。据了解，“木林森”经过20年的发展，已形成了集纺纱、织布、印染、制衣、包装和销售等于一体的完整产业链，在技术装备、产品研发、市场开拓、客户服务等方面实现快速发展，产品远销“一带一路”相关70多个国家和地区。

聚焦新质生产力，引领产业创新浪潮

当前，新质生产力在行业内加速形成，科技、时尚、绿色、健康协同演进，成为产业发展新的质态，纺织行业如何织出新质生产力？2025柯桥春季纺博会现场，来自全国各地的精锐企业汇聚一堂，带来前沿的创新成果，各种高性能、多功能、健康环保等产品同台竞技，引领行业新质生产力发展浪潮。

作为柯桥国际纺博会的老展商，浙江科旺纺织有限公司带着最新研发的醋酸、桑蚕丝、莱赛尔、亚麻等天然纤维系列面料惊艳亮相。据董事长柯长生介绍，科旺纺织曾经主营化纤类坯布，近年来，积极响应中国纺织提出的行业“科技、时尚、绿色”新定位和柯桥纺织转型升级的号召，在科技创新和研发设计方面下功夫，开发多元化和功能性新产品，取得了显著的发展成效。本次展会，科旺纺织通过员工走秀、现场直播等创新模式脱颖而出，吸引了许多来往客商的目光。

同样作为柯桥国际纺博会的老朋友，谷城县荣达织造有限公司本次带来了衬衫面料、全棉高支密弹、竹纤维、莱赛尔、棉锦弹力、醋酸混纺等多元化产品系列。“荣达织造主营弹力衬衫面料，近年来，围绕环保、健康、舒适不断创新升级，引入新材料、新工艺，致力于成为行业梭织弹力衬衫面料的引领者。”公司总经理秦永成表示，目前我们有自己的纺纱和织造工厂，未来公司将围绕产业链和创新链联动方面下功夫，



展会助力展商开拓国内外多元化市场。



打通研发、设计到纺纱、织造、染整等环节，不断提升企业的竞争新优势。

从本次展会现场可以看出越来越多的企业在关注科技创新和时尚设计的同时，更加关注消费者健康舒适的需求点。作为一家集研发、设计、织造和染整于一体的企业，浙江屹男集团有限公司本次展会重点展示了棉麻天丝系列数码印花面料，将时尚与健康理念完美融合。据集团董事长田建华介绍，公司拥有两家染厂，在做强原创数码印花优势基础上，聚焦新质生产力，不断推动企业数字化、时尚化、高端化升级。

多元化活动赋能，打造时尚潮流高地

为延伸展会内涵，提升展会实效，根据“注重专业”和“服务客商”原则，本届春季国际纺博会同期举办2025时尚设计展（春季）、“时尚展中秀”等多元活动，进一步提升柯桥国际纺博会为产业服务的功能，打造时尚潮流高地，扩大行业影响力。

作为本届春季国际纺博会的展中展，2025柯桥时尚设计展（春季）以“织识觉醒：AI经纬重构未来衣境”为主题，以引领纺织产业时尚潮流为导向，通过流行趋势区、AI智能科技区、智能服装区和柯桥优选区四大区域，打造时尚产品与科技体验相结合的综合展示平台。时尚设计展汇集面料、服装、设备、软件、色卡等多个领域的前沿趋势和最新成果，诠释新季度的时尚趋势理念，呈现高品质的“柯桥优选”产品，重点展示AI技术与时尚设计、生产工艺、市场营销的融合应用，以前瞻性的行业视野呈现纺织产品开发的创新趋势，为行业带来全新的数字化与智能化解决方案。

展会同期，由柯桥本土多家优质面料企业、优秀设计师等共同打造的中国柯桥国际纺织品博览会（春季）“图布成衣”展中秀精彩亮相。“图布成衣”展中秀通过“面料+成衣”多方位展示，“源头+设计”上下游联结，在助力柯桥纺企创新发展的同时，将极大提升柯桥国际纺博会、柯桥纺织在行业里的知名度、影响力和认同感。“彩色橡”“原色数码”“新明君”“舜佳纺织”等陆续带来沉浸式时尚艺术盛宴，这些创意展演不仅展现纺织科技的无限可能，更彰显柯桥从“面料基地”向“时尚策源地”的转型决心。

当前，全球纺织产业格局正处于重塑的关键期，2025柯桥国际纺博会围绕现代化“国际纺都”建设，充分发挥轻纺城市场和产业优势，加强纺织行业供应链、创新链对接，以开放姿态链接世界，以创新动能赋能未来，持续为行业注入蓬勃活力，助力中国纺织向价值链高端攀升。





Focus / 聚焦

解锁中国纺织品牌创新发展路径

■ 本刊记者 _ 边吉洁

当前全球经济和贸易形势复杂多变，在全球纺织产业承压的背景下，加强品牌建设已成为业界的关注点。近日，2025 中国纺织品牌创新发展培训会暨品牌对接会在绍兴柯桥举行。

本次会议以“向内而生·向外而行——新形势下品牌发展的融合共生”为主题，汇聚了纺织服装行业领袖、专家学者及品牌先锋，共同探讨中国纺织品牌在消费变革与全球化竞争中的价值提升路径，为行业高质量发展提供新思路。

如何推动纺织品牌建设？中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示，品牌之道，内外兼修，才能实至名归。要向内而生，扎根产业的本质特征；要向外而行，融入环境的趋势变化；在要素集成、产业耦合、市场循环中打造中国纺织品牌。对此他提出三点建议：一是在全链协同中锻造品质；二是在产业联动中丰富场景；三是在内外融通中构筑生态。

纺织品牌建设是一项系统性工程，离不开产业、市场的基础性支撑，国际纺都柯桥构建起全国产能最大、产业链最完整、设备最先进的现代纺织产业体系。这里集聚了全国近 1/3 的绿色印染产能，造就了 1 千亿级的出口规模、两千亿级的工业体量以及 4 千亿级的轻纺市场交易额。中国轻纺城是全球规模最大的纺织品集散中心，全球近 1/4 的纺织产品在此交易。

绍兴市柯桥区委常委，临空示范区党工委副书记、管委会常务



中国品牌正在输出新时代的“东方纺织叙事”。

副主任袁笑文在推介轻纺城时指出，近年来，柯桥大力发展新质生产力，做深做实科技创新和产业创新深度融合文章，加快推动现代纺织领域“五大中心”建设，制定“柯桥优选”品牌综合指标体系，将品牌融入纺织服装供应链，“柯桥纺织”成为全国首个价值超千亿的纺织区域品牌。

品牌建设正当时。站在全球价值链攀升的关键节点，此次会议给出了清晰的品牌转型坐标——以“科技+时尚”构筑创新竞争优势，以“绿色+健康”驱动价值持续延伸。当纺织企业从供给端做出根本性变革，中国品牌将以破茧之势，输出新时代的“东方纺织叙事”，构建中国纺织品牌的全球化竞争力。

秀展结合，2025 柯桥春季国际纺博会时尚再升级

■ 本刊记者 _ 王耀祖



“图布成衣”展中秀精彩不断。

在柯桥这座“国际纺都”，面料成为创意载体，设计化作产业引擎。近日，由绍兴市柯桥区中国轻纺城展会有限公司主办的 2025 中国绍兴柯桥国际纺织品类辅料博览会（春季）“图布成衣”展中秀启幕，三天展期内，多家面料企业与设计师联手，带来新中式、现代风尚等多主题时尚大秀，展现“从面料到时尚”的跨界融合。

如何将面料市场与时尚服装结合浓缩？首次亮相的

YL&JINSHU 品牌备受关注，其以“简单、自由、舒适”为理念，通过多元元素融合，诠释时尚与生活美学。值得关注的是，本次活动特别融入学生设计：一方面推动产教融合，让时尚教育接轨产业实践；另一方面助力学生接触市场，依据面料属性创作，实现学以致用。

技术驱动与创意赋能双轮发力下，柯桥纺织企业以“数实融合”“设计再造”为突破口，构建全产业链协同的现代化纺织生态。作为本次活动承办方，浙江原色数码科技有限公司立足自身技术积淀，以自主研发的系列数码印花软件为核心驱动力，面向市场需求，在展会最后一天打造了一场原创图案创意 T 恤秀。

除此之外，其他纺织企业亦在此次“图布成衣”中扮演关键角色，上海致成时装有限公司、浙江无隅文化发展有限公司等标杆企业深度参与展中秀，通过重构面料，注入设计理念，实现传统制造向时尚创造的价值跃迁。

此次“图布成衣”展中秀不仅赢得采购商对产品品质的赞誉，更重塑业界对柯桥纺织生态的认知。其展现的时尚设计力与产品迭代思维，标志着柯桥从“面料集散地”向“时尚策源地”的跨越，刷新“柯桥时尚”的产业高度，为纺织产业升级勾勒出清晰的新图景。

拓展国内市场，深化协同共赢

2025“丝路柯桥·布满全球”对接会走进长沙

■ 本刊记者 _ 王利

近日，2025“丝路柯桥·布满全球”中国轻纺城上下游产业链对接会——走进长沙成功举办。对接会现场，众茂·赢帘、绣江南艺术软装、屹杰、玛丽娜、凤语佳、希风纱业等三十家中国轻纺城优质窗帘源头企业，与长沙本地优质采购商展开商贸对接，吸引了当地软装企业、设计师及经销商 200 余人到场参会。

“绍兴柯桥拥有全球规模最大、产品最齐全的纺织品集散中心——中国轻纺城，销售网络遍布世界 200 多个国家和地区，2024 年，市场群成交额突破 4000 亿元。”绍兴市柯桥区中国轻纺城党工委书记、轻纺城建管委主任孙伟刚指出，近年来，柯桥区积极围绕“市场+产业+科创”三大优势，全力打造纺织领域“五大中心”，加快构建现代化“国际纺都”。作为国家外贸转型升级基地，长沙纺织产业在出口规模、产业链完整度和创新能力等方面达到了国家级标杆水平。本次对接会将柯桥和长沙两地更加紧密地联系在了一起，必定能为两地企业找到新的发展契合点、合作共鸣点、产业融合点，使两地合作迸发新活力，结出累累硕果。

中国家用纺织品行业协会副会长吴永茜就家纺产业发展现状进行分享，并对柯桥窗帘布艺行业高质量发展提出见解；绍兴市柯桥区中

国轻纺城窗帘布艺协会会长赵君会做“中国轻纺城及窗帘布艺协会推介”，为大家介绍了柯桥窗帘产业生态和展会情况；湖南省浙江总商会常务副会长林时达分享了湖南纺织行业发展现状，并就与柯桥纺织合作表达了强烈意愿；湖南省软装行业商会常务副会长张曼围绕湖南软装行业与柯桥窗帘布艺行业如何优势互补进行分享。

活动现场，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会与湖南省浙江总商会、绍兴市柯桥区中国轻纺城窗帘布艺协会与湖南省软装行业商会进行产业集群战略合作签约仪式。未来将充分整合各方优势资源，共同加深产业循环，通力打造产业集群互利协作、价值对接的高效平台，促成合作共赢新模式。

现场商贸氛围热烈，厂家展示的最新产品样版，吸引了众多采购商寻样洽谈。其中花布匠带来了设计师专版花布，恒高墙布展示了新材料石墨烯防静电新品，充分展现了柯桥源头厂家的创新实力。

本次对接会通过推动柯桥窗帘源头企业和长沙采购商面对面的深度交流，拓展了两地市场合作新模式，进一步增强了“丝路柯桥·布满全球”品牌战略的全国影响力，为柯桥窗帘产业深化国内市场布局、构建双循环发展格局注入强劲动能。

“中国时尚女装面料第一站”秀出时尚新高度

■ 本刊记者 _ 边吉洁

近日，借 2025 中国绍兴柯桥国际纺织品类辅料博览会（春季）之机，浙江中国轻纺城集团股份有限公司东市场分公司成功举办了“中国时尚女装面料第一站”系列时尚女装秀。活动以“展中秀+发布会”的创新模式，演绎面料与时尚的深度对话，为传统纺织产业注入新质生产力动能。

展会首日，展馆内光影璀璨，随着 T 台灯光渐起，新明君纺织、舜佳纺织、邦圣纺织携 54 套精选成衣依次亮相。这些秀品均由企业现有面料改造升级，通过面料拼接、工艺创新与版型优化，实现从“原材料”到“时尚单品”的华丽转身。

模特演绎间，面料的光泽度、垂坠感与纹理细节被精准呈现。新明君纺织以提花为核心打造新中式系列，涵盖旗袍、立领盘扣上衣、实用套装等，以淡雅浅色系晕染清新、浓郁深色系沉淀大气，精选羊毛天丝混纺、仿香云纱等面料，缀以刺绣提花，尽显雅致格调。舜佳纺织精心打造的时尚女装系列，于动态走秀间尽显面料美学，精选人丝、天丝、醋酸及混纺材质，融合印花、立体压绉等工艺，将斑斓纹样、灵动色彩与面料轻盈质地完美交融，每一寸布料都在模特的身姿中释放出美感；邦圣纺织的时尚通勤系列，以解构主义美学重塑职场着装，西装、衬衫、马甲三件套诠释极简新风尚。

秀场区域人气爆棚，观展客商纷纷驻足，不仅能近距离触摸样衣面料，感受材质的细腻与质感，还能通过细致讲解，深入了解展出面料的创新技术。这种沉浸式体验让客商直观感知产品价值，大幅缩短了从认知到决策的转化周期，充分彰显了“展中秀”模式在优化决策



“中国时尚女装面料第一站”开启品牌升级计划。

链路、提升交易效率层面的显著效能。活动采取“线上+线下”双轨并行的推广策略，突破了空间限制，触达全国乃至全球的潜在客户群体，持续为品牌注入流量活力，进一步扩大了市场声量与行业影响力。

活动相关负责人表示，以“中国时尚女装面料第一站”项目为突破口，东市场将持续开启品牌升级计划。此次活动不仅是一场时尚盛宴，更折射出纺织产业的转型密码，通过“秀展融合”实现以场景化展示重构面料价值认知体系，将工艺转化为可感知的视觉体验，同时通过产业链上下游的实时互动，推动“设计反哺生产”的柔性供应链建设，助力经营户提升产品品质与创新力，全面释放柯桥纺织的新质生产力潜能。TA



银基广场以商促商，让商户成功成为平台的“复利”。

郑州银基广场：30 余年创新路，从市场到“产业路由器”

■ 本刊记者_罗欣桐



苗俊雅
银基实业集团副总裁

作为中西部时尚产业的‘桥头堡’与‘领头羊’，银基广场通过模式创新、数智赋能和生态重构，为传统专业市场的转型提供了鲜活范本。

在河南郑州火车站商圈的核心地带，一座 32 万平方米的商业综合体——银基广场，见证了中原服装产业 30 余年的变迁。这个始于 1993 年的“楼宇式”专业服装市场，从批零交易单一的全品类服装销售，逐步延伸至集物流仓储、总部商务、品牌孵化、设计研发、会展广告、电商直播基地、产业投资等综合服务于一体的专业市场。

作为中西部时尚产业的“桥头堡”与“领头羊”，银基广场不仅在推动河南服装产业发展方面成绩斐然，培育出众多本土品牌；在面对电商冲击与行业变革时，银基更是锚定“打造具有核心竞争力的服装运营平台”战略目标，通过模式创新、数智赋能和生态重构，为传统专业市场的转型提供了鲜活范本。

破局：从“房东”到“产业路由器”

银基广场先后历经了三次开发扩建，不仅改变了郑州火车站商圈的第一代马路市场、第二代摊位市场、第三代棚架市场的落后形态，同时也催生了中原地区首个服装贸易集散地，并以巨大的聚集效应和规模效益，进一步提升并巩固了郑州区域性商贸中心的形象和地位，带动了河南整个服装加工业的蓬勃发展，成为推动中国服装业飞速发展的强大动力之一。

“十四五”期间，为了顺应数字经济、消费升级和产业升级趋势，中国专业市场进入新一轮的转型发展。随着市场渠道扁平化和流通层级的压缩，服装专业市场进入精细化运营阶段。如何在渠道变革中破局？银基实业集团副总裁苗俊雅在专访中道出转型内核——“一批价格、二批服务”模式。采购商需求愈发呈现“一批价格、二批服务”特征，“高性价比产品+深度服务”已经成为采购商的核心诉求。近年来，银基广场积极打造供应链服务商专区实现差异化发展，将市场从“房东”角色升级为“供应链协同平台”，以首创的“一批价格、二批服务”模式成为撬动行业变革的杠杆。

这一模式直击行业痛点，一方面，厂商聚集地与二级市场长期存在价格差和信息差；另一方面，下游中小采购商既渴望一级市场的高性价比，又需要选品、物流等深度服务。因此，银基创新“一批价格、二批服务”模式，整合上下游供应链，从研发、设计、采购、生产、营销等产业链环节快速打通；通过规模化集采与厂商直联，提供叠加店铺选址、店铺装修效果指导、销售团队的建立及培训赋能、店铺陈列指导、产品组合规划、店铺运营指导分析、店铺促销及营销规划等方面的服务，全方位赋能商户高质量发展，进一步主动扩大下游采购客户黏性和规模。

此外，批零一体化的运营模式，也为银基不断升级发展打下良好基础。银基稳健运营 30 余年，依托良好的区位优势和商场式购物环境，目前银基市场客户已形成了稳定的批发和零售规模，批零比例约为 7:3。批零一体化运营使得市场更具交易活力，为市场和消费者营造良好的消费场景、氛围体验。

如今，银基广场已发展成中部六省成交额最大的服装专业批发市场，日均客流量 10 万余人次、日均交易 25000 余笔，是国内客流量最大、交易最活跃、覆盖人群最为广泛的一级专业服装批发市场之一，为 3000 余家商户、下游 20 万家门店提供一站式全产业链服务，并与业内各区域客户建立了稳固的合作共赢关系。

黏性之战：从交易场到“活力社区”

服装专业市场面临着线下流量萎缩、同质化竞争加剧等新挑战，单纯依赖场地租赁和资源整合的模式难以为继。

为破解线下流量萎缩难题，银基围绕市场商户每年组织开展近 50 场品质营销活动，将市场转化为“强社交属性”的产业社区。比如，2020 年开创的“银基大课堂”，至今为银基及周边市场商家免费进行电商技能培训，目前已培训约 4000 人，助力电商商家熟悉平台新规则，为优质商家提供流量扶持奖励。

2023 年 5 月，银基广场 4 楼启动超 3 万平方米的环境品质升级改造，为全国同业市场树立了新的环境升级样板。不仅提高了客商体验感，同时也为商家、厂商提供了“聚集效应+丰富的产品选择+极致性价比+极致运营”的多重赋能，在全国服装专业市场内形成了独特的“银基效应”。以四楼商户“尚客甄选”为代表，单店 3500 平方米大店开始了全新的品牌供应链服务商的经营定位和生态，吸纳中部六省及西北地区的优质采购商、品牌商进行深度黏性的合作，扩大品牌影响力提升市场份额。

值得关注的是，由银基广场组织举办的中部首届现货订货会，采用“一批价格，二批服务”服装行业展销新模式，汇聚 300+ 优质一批实力商家，并与近百家省内外各地市市场商场深度合作，共接待采购商 3 万人次，有效订单总成交额突破 150 万件，整体销售额过亿元。

除此以外，银基长期举办河南省服装行业协会电商专业委员会成立大会、品牌交流会等行业活动，以及银基大讲堂、银基大客户沙龙、银基粉丝见面会等采批节、订货会活动，积聚更多活力足、黏性强的采购商。不仅每年为商家导入近 50 万精准客户，助力他们结合团队和货品发展出多样化的推广策略；优质的供应链商家还通过银基供应链平台和自身的商务团队，将银基的优质货品推广至更广泛的消费者群体，激发了产销的新动力。

银基广场用实践证明，传统批发市场的未来不在于更大的场地，而在于更深度的产业连接。通过知识共享、场景创新、活动运营，银基成功将交易场所升级为充满活力的产业社区，为专业市场转型提供了可复制的“银基方案”。这种转型不仅抵御了电商冲击，更创造了新的增长动能，让传统市场焕发出全新的生命力。



银基将市场转化为“强社交属性”的产业社区。

生态重构：孵化品牌与数智赋能“双轮驱动”

在产业升级的大背景下，线下流量是基本盘，线上流量是新引擎，银基深耕行业 32 年，逐步实现从物业平台转变为运营平台、从贸易商转变为服务商，高质量发展“具有竞争力的服饰运营平台”，致力打造服装产业“超级接口”。银基广场以“品牌孵化+数智转型”为着力点，构建了极具 IP 特色的全渠道品牌和流量矩阵。

在品牌矩阵商户结构上，银基积极引进全国优势时尚服装源头品牌商户厂家，并在银基设立区域性商品展示及运营服务中心。此外，还长期与各级协会、专业机构和高校合作，培育和定向孵化设计力量，以赋能具有品牌发展意识的商户；同时依托中国国际服装服饰博览会（CHIC）平台展示，托举“银基致力于品牌”输出。

CHIC 作为亚洲地区最具规模与影响力的服装服饰专业品牌博览会，银基携商家连续参展，带领中部服饰走出中原市场，推出商家近百家，收获意向顾客近十万。

今年 3 月刚刚闭幕的 2025CHIC 春季展上，银基广场携 6 家原创实力品牌（女装品牌：朱紫渝、木都车、米可秋赋，男装品牌：培蒙、SY since 1981、钛和古）参展，凭借品牌实力和新颖设计成为展会现场的人气焦点。

至今，银基已先后孵化了 300 余个（家）原创设计品牌和商户，培养了一批具备把握市场潮流、塑造品牌、独特设计能力的合作伙伴，具备快速发现并投资优质潜力品牌的优势，利用产业链平台资源实行品牌市场联营，进一步扩大公司的营收和利润规模。目前入驻的 3000 余家商户，其中纺织服装类创意设计企业、机构 180 家，公司和入驻商户共有设计师 85 人，利用产业链资源实行品牌市场联营，提升了营收与利润。

在流量矩阵方面，电商冲击与私域崛起白热化，直播、社群、平台电商等线上渠道碎片化发展，也促使银基加快重构“流量获取——转化——留存”链条。

在数字化转型方面，2020 年银基与抖音平台达成深度战略合作，经过四年多的线上运营，官方账号粉丝成功突破百万，在全国服装专业市场服装类目中排名第一。不仅成为抖音电商平台在河南区域唯一授权的“服饰鞋帽产业带服务商”，更获得“中国纺织服装电商直播基地”称号。

苗俊雅表示，中小商户的数实融合发展对平台赋能的依赖性较强。比如，基于市场新媒体矩阵，市场在“720 事件”中采取“危机公关+商户救助”组合拳，有效强化了市场与商户信任纽带；又不断加速商户数智化能力建设，提供全员自媒体培训、搭建直播基地，从起跑线上降低商户试错成本。

目前，银基广场构建的电商矩阵，在电商同业平台内占据较大市场规模，河南整体服装电商指数位居全国第五，其中男装 TOP10 均为银基商户，女装 TOP300 榜单中，银基商户占比 20%，并呈现稳定上升趋势，在抖音平台形成“热门地标”“热门品牌”“服装流量池”的“银基现象”。

可以说，从“银基现象”引起平台关注到命名为“银基模式”向全国推广，银基广场在电商领域内的深度运营，带动商户的批发零售业务，由“坐商”变“云商”，由“截留”变“推流”；实现了区域品牌、市场品牌和企业品牌的联动发展，打造特色化的银基品牌体系，形成长效稳定线上引流、线下销售趋势。

向“新”而兴：从单点突破到多维赋能

专业市场的未来在于“去地产化”和“强服务化”。正如苗俊雅所说，银基广场的发展目标，是以商促商——让商户的成功成为平台的“复利”。

银基的探索证明，传统专业市场的价值已从“物理空间”转向“产业服务能力”，通过构建“供应链基础设施+商户赋能生态”，传统市场可转型为“产业路由器”，连接供需两端并创造增量价值。

银基广场的成功转型，不仅在于空间与功能变革，而是将 30 余年积累的商户关系、供应链资源转化为生态优势打造。“产业路由器”，连接供需两端并创造增量价值。

“在如此严峻的情况下，大家都在转型，并且转型过程中依然充满信心。往小了说是一个行业现象，往大了说是一个时代群像，既有传承，也有迭变。”苗俊雅如是说。

站在“十五五”的新起点上，银基广场将以“新质生产力”为引擎，重塑服装产业的价值高地。这里不仅是中原时尚的风向标，更是一座融合智慧商业、绿色低碳与数字创新的未来之城。从传统批发市场的“单点突破”，到全产业链生态的“多维赋能”，银基广场正书写着中国服装产业升级的“郑州样本”。当科技与时尚在此共鸣，当产业与平台并进，这座永不落幕的时尚地标，必将为全球商贸注入更澎湃的“中国动力”。TA



莱赛尔纤维继续保持强劲增长势头。

从小而精到年产百万吨， 国产莱赛尔靠性价比站稳市场 C 位

■ 本刊记者 _ 郭春花

在全球可持续发展理念深入人心的当下，莱赛尔纤维以优异的绿色环保特性被客户高度认可。随着技术的不断进步和应用的不断拓展，莱赛尔纤维正从“小众选择”转向纱线、面料及终端产品企业的“核心原料”，成为纺织行业的主流品种之一。

在当前绿色时尚发展的浪潮下，作为新一代绿色科技纤维，莱赛尔凭借环保可降解、产品风格鲜明等特点，得到了越来越广泛的应用。数据显示，2024 年中国莱赛尔纤维产量突破 40 万吨，同比增长 27.4%，全球产能占比超 60%。随着莱赛尔纤维头部企业产能持续释放，业内预计 2025 年国内莱赛尔纤维总产能将突破 100 万吨大关。在产能规模跃升与技术性能迭代的双重驱动下，莱赛尔纤维正从“小众选择”转向纱线、面料及终端产品企业的“核心原料”，成为近年来纺织产业链升级的关键支点。

产能性能跃升， 国产技术突破引领产业腾飞

对于莱赛尔纤维近年来的快速发展，中国化学纤维工业协会莱赛尔纤维分会会长、通用技术新材副总经理、中纺院绿色纤维股份公司董事长于捍江认为主要源于国产技术的不断突破。

在我国莱赛尔纤维没有实现产业化之前，一套万吨级莱赛尔纤维生产线的总投资一般需要 4 亿元以上，生产线的投资成本较高，进口莱赛尔纤维的价格一直居高不下。经过国内部分企业产线技改等项目攻关实践，实现了从依赖进口到自主可控的跨越，目前国内工程技术公司设计的高配置、高产能莱赛尔生产线投资成本已降至 2 亿元 / 万吨。与国外同等规模项目相比，国内投资强度显著低于海外，且生产过程更加高效化、低耗化，大幅降低了成本。

通用技术集团旗下的中国纺织科学研究院历经十八载努力，持续推进莱赛尔纤维产业化

技术的研发，凭借自主创新，构建起工艺、装备、安全、自动化控制及工程技术系统一体化集成创新的万吨级莱赛尔纤维产业化成套技术。为加快推动莱赛尔纤维产业化，2015 年，通用技术集团成立了中纺院绿色纤维股份公司（简称“中纺绿纤”），于 2016 年建成国内首条拥有完全自主知识产权、全国产化的万吨级莱赛尔纤维生产线。目前，中纺绿纤莱赛尔纤维年产能达 11 万吨，全套工艺自主可控，拥有完全的技术自主知识产权，建成了全球第三的莱赛尔纤维生产线，大幅降低莱赛尔纤维成本。

赛得利自 2020 年 5 月突破莱赛尔生产的技术壁垒将其量产，产能不断提高，2025 年产能预计将达 60 万吨，是国内莱赛尔纤维总产能的重要贡献者。除了规模化生产的优势，赛得利集团在市场推广方面表现非常出色，近年来联合下游优秀的面料企业，通过将莱赛尔与其他纤维的组合，实现了莱赛尔的四季应用，在针织、梭织、牛仔及家纺领域悄然兴起。

此外，莱赛尔纤维所用原料来源进一步拓展。过去莱赛尔纤维的原料来源相对受限，如今随着技术发展，可使用的木浆种类增加，还能利用竹浆等其他植物纤维作为原料，原料供应更加稳定且丰富，为大规模生产提供了基础。

应用革新， 功能拓展与绿色升级双轮驱动

莱赛尔纤维本身具有柔软、光滑、吸湿性强、透气性好、尺寸稳定性好等特性，与多种纤维混纺后，还能综合各种纤维的优点。近年来，企业立足自身特点，通过技术创新，拓展出了

多系列莱赛尔纤维，大大满足了下游需求。

中纺绿纤针对纺纱领域研发出希赛尔、优赛尔、美赛尔；针对无纺领域研发出卫赛尔；功能系列方面，有洁赛尔、安耐纤；零碳可持续系列方面，有绿纤竹、环赛尔等。特别是在 2023 年底，中纺绿纤阻燃莱赛尔纤维万吨级生产线一次性开车成功，取得重大技术突破。

赛得利根据下游需求，研发出标准型莱赛尔、CL 系列莱赛尔和无纺领域用莱赛尔三大品类。公司结合德美化学的 Lyolink 莱赛尔锁纤科技在面料端，配合下游工艺采用染色阶段浴中交联的方案，明显改善莱赛尔针织物的原纤化情况，得到了下游的广泛认可。

保定天鹅深耕莱赛尔纤维创新领域十几年，立足传统短纤技术，在细分领域保持稳定产能输出，研发出了多款莱赛尔纤维产品，包括交联型、抗菌、阻燃、短切等产品。

唐山三友则依托规模化生产和集团资源，强化基础领域竞争力，研发出麻浆莱赛尔纤维、高洁净莱赛尔纤维、超短纤维、长束纤维、龙胆纤维、交联纤维等品种，进一步满足客户个性化需求，有效提升了市场份额。

此外，莱赛尔纤维的绿色生产工艺使得其环保特性进一步升级。中纺绿纤采用闭环溶剂回收系统，NMMO 溶剂回收率达 99.9% 以上，且废弃物可生物降解。目前产品品质及资源消耗水平均达到国际先进标准，领先于国内行业水平。赛得利莱赛尔纤维源于金鹰集团自有国际认证种植林，采用闭环生产工艺，生产过程为纯物理反应，溶剂回收率高达 99.7%，最终成品可 100% 生物降解。

站稳市场 C 位， 为下游提供绿色支撑

在全球可持续发展理念深入人心的当下，莱赛尔纤维以优异的绿色环保特性，被客户高度认可，逐步应用到一年四季全品类产品中，在出口方面也取得了亮眼的成绩。2024 年，赛得利（常州）纤维有限公司的莱赛尔纤维销售额同比增长 17.4%；今年一季度，公司产销同比增长 30%，进出口额同比增长 26%，在常州市外贸进出口总值增速位居苏南第一、全省第二。

纺纱行业是莱赛尔短纤维的主要应用阵地。2023 年，中国棉纺织行业协会与中国化学纤维工业协会联合开展的再生纤维素纤维应用情况专题调研，揭示了莱赛尔纤维在纺纱行业的普及程度。此次调研覆盖“2022 中国非棉纱产品营业收入排名名单”40 强的 80%，涉及产能超过 2000 万锭。结果显示，约 74% 的纺纱企业已尝试使用莱赛尔纤维，约 45% 的企业将莱赛尔原料占比控制在 10% 左右，30% 的企业将莱赛尔原料比例控制在 20%—30%。这表明莱赛尔纤维正逐渐成为纺纱企业的重要原料选择，在行业内的认可度和应用比例不断提升。

中纺绿纤的莱赛尔纤维在广东地区的牛仔产业中大放异彩。其产品被广泛应用于牛仔纱线、面料及服装企业，累计助力生产超 100 万条牛仔裤。中纺绿纤还与江苏互帮纺织合作，

采用分子链交联技术，推出的抗原纤化针织莱赛尔纱线，显著降低了原纤化风险，为下游产品的高质量生产提供了有力保障。

泰森布业作为专注研发和生产棉针织品 30 年的企业，在莱赛尔纤维的应用上展现出了强大的创新能力。该企业运用赛得利生产的莱赛尔纤维，开发出了一系列差异化针织面料，并完成了染整工序。其产品种类丰富多样，包括莱赛尔和羊毛、莱赛尔和桑蚕丝等多种混纺针织面料，得到了广泛应用。

直面挑战， 构建可持续发展生态

于捍江表示，尽管莱赛尔纤维在产能增加和应用拓展方面取得了显著成就，但仍面临一些挑战。

在生产方面，原料供应问题仍需关注。莱赛尔纤维主要原料是木质纤维素，全球木材资源分布不均且存在可持续性管理问题，导致原料供应不稳定。在应用方面，消费者认知度低和织物风格有限等问题也制约了莱赛尔纤维的进一步推广。

针对以上挑战，莱赛尔纤维行业需要采取一系列对策。在生产方面，应稳定原料供应，



与原料供应商建立长期稳定的合作关系，并积极探索其他可再生植物纤维原料，如竹浆、麻类、秸秆浆等，拓宽原料来源渠道。在应用方面，应加强市场推广，通过广告宣传、参加行业展会等方式提高莱赛尔纤维的知名度和市场认知度;同时创新产品风格，加强与下游企业的合作，共同开发出更多不同风格的面料。

展望未来，莱赛尔纤维行业应继续优化生产工艺，降低能源消耗和生产成本；拓展原料来源，实现资源的循环利用；加强功能化研发，满足不同领域的特殊需求；加强品牌建设和市场推广，引导消费者的绿色消费观念；并加大在环保设施上的投入，实现废水、废气、废渣的达标排放和资源回收利用。

随着技术的不断进步和应用的不断拓展，莱赛尔纤维有望在未来继续保持强劲的增长势头，成为纺织行业的主流品种之一。TA

恒申集团与 Ambercycle 携手推动 T2T 闭环回收体系规模化应用

近日，恒申集团和循环材料领域领导者 Ambercycle 宣布达成战略合作协议。根据协议，此次合作将聚焦 T2T（Textile to Textile，即从纺织品到纺织品的闭环回收流程）闭环回收体系的规模化应用，建立全产业链创新解决方案，共同推动全球纺织价值链的转型升级。

作为核心战略合作伙伴，双方将通过联合开展再生纤维市场开发、废旧纺织品回收、技术工程协作、新材料生产及循环材料行业标准推广，加速行业向循环经济转型。“恒申始终致力于通过将尖端回收技术融入生产流程，引领可持续材料的未来，”恒申集团副总裁梅震表示，“与 Ambercycle 的合作将加速纺织品再生材料的应用，减少行业对原生资源的依赖，推动实质性变革。”

身为全球聚合物与纱线生产领军企业，恒申集团在荷兰设有先进技术

研发中心，并依托中国基地实现全球规模化生产。本次合作旨在用纺织品再生材料替代原生聚酯和尼龙，重塑合成材料生产方式——减少废弃物、降低碳排放，打造更低碳的供应链体系。“与恒申的合作标志着循环经济新时代的开启，”Ambercycle 联合创始人兼 CEO Shay Sethi 表示，“实现纺织品再生解决方案的规模化需要全球服装价值链的深度协作与创新。此次合作将为大规模循环系统奠定基础，把行业愿景转化为全球现实。”

凭借恒申集团全球产业链的资源优势以及 Ambercycle 在循环材料领域的专业经验，双方将共同构建循环材料全球生产体系，通过规模效应与联合创新建立可追溯、高性能、可扩展的循环材料行业标准，推动纺织品再生材料生产实现真正闭环，助力全球纺织服装行业实现可持续发展的美好未来。（王利）TA

关于恒申集团

恒申集团（HSCC）创立于 1984 年，是全球最大的己内酰胺生产商，致力于为全球客户提供聚酰胺全产业链及高端新材料完整解决方案，已在全球建立起以福建福州为中心，辐射江苏南京、广东新会、荷兰马斯特里赫特的四大产业基地，并携手全球顶尖合作伙伴推动化学再生等绿色技术规模化应用，引领行业迈向零碳时代，实现产业进步与地球福祉的共生共赢。

关于 Ambercycle

Ambercycle 成立于 2015 年，总部位于美国洛杉矶，是循环纺织品生态系统的构建者。Ambercycle 凭借其获奖的分子再生技术正在变革时尚产业，旗舰产品 Cycora® 再生聚酯纤维是公司首个由废旧纺织品制成的高端材料解决方案。怀着改善人类与材料关系的愿景，Ambercycle 正持续降低原材料开采对环境的影响，开辟时尚产业脱碳之路。

范德威尔·中国绿色智造基地投产 释放纺机智造新能量

■ 天明 / 文

2025 年 5 月 6 日，范德威尔·中国绿色智造基地投产盛典于太湖之滨无锡举行。来自全国各地的合作伙伴齐聚一堂，共同见证了范德威尔·中国发展新篇章，并通过对无锡、南京、太仓三大生产基地的深度探访，了解范德威尔在中国的战略布局，体验其从精密零部件到智能化整机的全产业链闭环制造能力，感受智能制造与欧洲百年工艺的深度融合。

智造基地＋深度整合 以行动向纺织绿色未来承诺

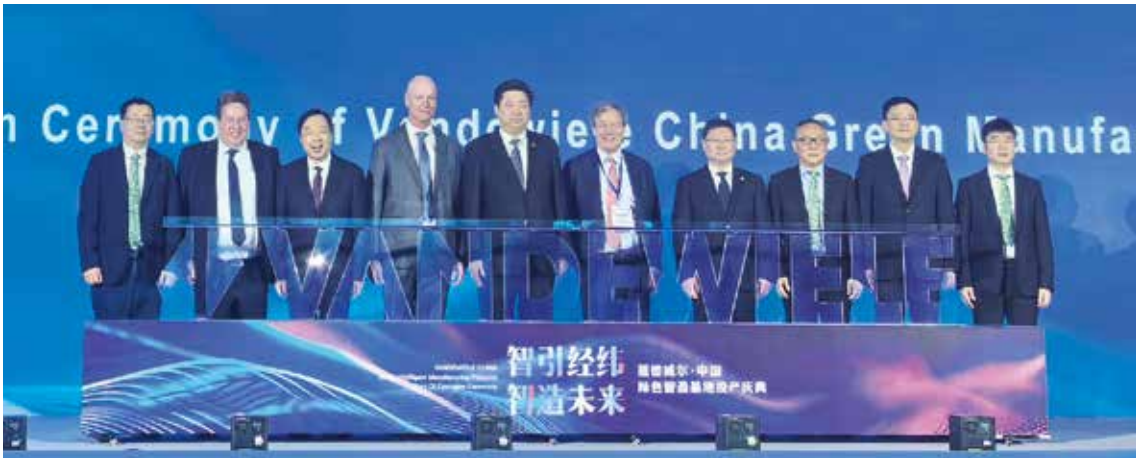
“21 年前我初抵无锡新吴区，加入仅有 47 人的开拓者团队；而今我们齐聚一堂共同为这座集尖端科技、绿色理念与智能生产于一体的现代化制造基地揭幕。这正是我们携手走过非凡转型之路的有力见证。”范德威尔亚洲有限公司首席执行官 Ola Samuelsson 在致辞中表达了对各方支持的谢意。他提到，2004 年他加入范德威尔中国时，中国纺织机械行业正驶入良性增长的轨道。在股东们的坚定支持与中国市场的蓬勃活力引领下，范德威尔以创新、品质与可持续发展为航标，从最初基础的本地销售服务体系，逐步发展为覆盖全国乃至亚太地区的业务网络，同步实现了产品线与生产工艺的持续升级。

伴随范德威尔 2021 年战略性收购意大利萨维奥集团，以及过去三年两大集团在华业务的深度整合，公司迎来了充满新机遇的显著变革。其中最关键的突破在于萨维奥铂络星络筒机的垂直整合生产。如今范德威尔已具备以卓越品质与性能快速响应客户需求的能力。

它凝结着范德威尔对绿色未来的庄重承诺。人工智能中枢系统驱动生产，可再生能源解决方案遍布厂区，零废料闭环系统贯穿全流程，必将为可持续制造树立行业新标杆。但制造基地真正的历史意义在于范德威尔的庄严承诺：以尖端科技赋能客户价值，以绿色智造助力实现双碳目标，以永续创新重塑纺织行业的卓越标准。

作为首批入驻无锡锡山中欧智能装备产业园的企业，范德威尔·中国总部及研发制造基地以 1.6 亿美元重金投入，这一占地百亩的超级工程，历时仅 18 个月，不仅是该集团百年历史上规模最大的单体投资，更被定位为辐射亚太、联动全球的核心枢纽。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新表示，范德威尔中国绿色制造基地的投产，恰好顺应了纺织工业向高端化、智能化、绿色化发展这一时代潮流。此外，范德威尔在中国构建的无锡、南京、太仓三大生产基地的黄金三角体



全球合作伙伴齐聚一堂，见证范德威尔·中国发展新篇章。

系，实现了生产链的垂直整合与水平协同，为其在中国乃至全球的业务增长奠定了坚实的基础。不仅有助于提升范德威尔集团在全球市场的竞争力，也将为中国纺织工业发展注入新活力，推动中国纺织业在全球产业链中向更高层次迈进。

“欧洲精度＋中国速度” 以黄金三角体系护航客户发展

范德威尔集团作为全球纺织机械领域的佼佼者，已有 140 余年的历史，业务覆盖五大洲，旗下拥有 20 多个知名品牌，产品涵盖织造、纺纱、针织等众多纺织设备领域，已经成为世界纺织机械行业当之无愧的领导者。

中国纺织机械协会会长顾平表示，近年来，新一轮科技革命和产业变革的影响前所未有，范德威尔集团在无锡投产的绿色制造基地，标志着范德威尔集团在中国的发展迈入了新的阶段。这一战略布局具有重要的示范和引领作用，不仅提升了范德威尔全球品牌影响力，也为中国及全球的纺织企业提供了高端设备支撑，其绿色制造基地的智能化装备、技术和生产模式，也将为纺织机械数字化转型提供借鉴，必将极大推动纺织机械行业和企业智能化、绿色化和高端化的持续发展。

无锡一棉纺织集团有限公司董事长蔡赉表示，这个生产基地的建成既是范德威尔全球布局中的重要里程碑，也对无锡高端纺织产业集群发展和中国纺织装备升级具有重要意义。

无锡一棉与萨维奥的合作始于 1979 年。近半个世纪以来，萨维奥以尖端技术设备和高效本地化服务，助力无锡一棉实现从传统纺纱到智能制造的跨越式发展。2021 年，萨维奥加入范德威尔集团，揭示了全球纺织设备行业格局的深刻变革。

站在新的历史起点上，无锡一棉将继续与范德威尔携手，充分发挥双方优势，汇聚资源、形成合力，共同探索纺织行业新机遇、

新发展。

范德威尔集团总裁 Charles Beauduin 表示，如今，范德威尔在无锡建立了绿色生产基地，它不仅是一个生产基地，更证明了范德威尔对中国市场潜力的信心，以及为客户提供本地化、尖端解决方案的决心。

范德威尔·中国整合了工业 4.0 技术、人工智能驱动的自动化，物联网机器和以数据为中心的生产系统，重新定义了效率和质量。可持续发展是范德威尔的核心：该园区采用了可再生能源，零废物生产过程以及环保材料，与中国的双碳目标保持一致。这不仅仅是一个工厂，这是负责任制造业未来的蓝图。

伴随范德威尔·中国总部及研发制造基地投产，加之南京生产基地四期、太仓生产基地三期扩建完成，范德威尔集团在中国的战略布局进一步完善，构建起覆盖纺织装备全价值链的“黄金三角”体系。目前，三大基地各自具备不同的功能，负责不同的工艺流程及品牌，与此同时，每个基地之间又密切协作、相互支撑，垂直整合之下，最终凝聚成了范德威尔更加强大的研发、生产、销售及服务体系，为服务中国乃至全球市场提供了有力背书。

据了解，目前范德威尔·中国三大生产基地的所有部件生产完全可以实现自给自足，其选择自制而非外购部件的主要原因在于控制质量、降低成本、缩短交期、提高灵活性及保护核心技术。

智能的制造流程，顺畅的车间运营，优质的服务能力，创新的产品研发，让客户直观感受到了“生产基地”与“生产车间”截然不同的概念，感受到了“欧洲精度＋中国速度”组合拳的强劲动能。而全新的办公区、篮球场、健身房等配套设施也让范德威尔“以人为本”的企业文化得到了充分展示。从硬件到软件的全方位升级，将进一步释放范德威尔·中国的潜力，相信未来更多更具价值的系列产品会从这里诞生，并高效、高质服务全球市场。**TA**

辽宁制造＋义乌渠道， 共拓万亿纺织市场蓝海

■ 本刊记者_王利

作为中国东北老工业基地的重要省份，辽宁不仅拥有深厚的历史文化底蕴，更在新时代的发展浪潮中焕发出勃勃生机。“特色纺织”作为辽宁省着力建设的 22 个产业集群之一，已成为辽宁打造优质特色消费品万亿级产业基地的重要组成部分。

作为全球贸易的“风向标”，浙江义乌是中国制造走向世界的重要窗口。当“辽宁制造”遇上“义乌渠道”，纺织服装产业将碰撞出哪些新动能、新机遇？4 月 27 日，在 2025 中国（义乌）国际针织供应链博览会首日，“辽品出海，衣链全球”2025 辽宁省纺织服装产业义乌对接会成功举办，展现出“世界市场—中国制造”价值共生体的壮阔图景。

南北协同，打开“内外循环”新窗口

在双循环发展新格局下，“辽宁制造”叠加“义乌渠道”，将为纺织服装企业打开“南北联动、内外循环”的新窗口，迸发出 1+1>2 的战略意义和商业价值。双方的合作不仅是一次产业与商贸的联姻，更是中国纺织服装行业迈向全球价值链高端的关键一步。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新在致辞中指出，辽宁作为中国重要的工业基地，在纺织服装领域已构建起具有全球竞争力的产业体系。作为全球贸易的窗口，义乌可以为辽宁纺服优势品类搭建“快速出海通道”，精准预判市场需求，推动“辽宁制造”向定制化、高附加值升级。面向“十五五”，期待以科技共融、绿色共赢、文化共兴为核心，打造可持续的产业共同体，构建纺织服装行业“南北协同、内外贸一体化”的新发展模式。

近年来，中国针织行业在科技创新、绿色环保、时尚引领、智能化生产等方面取得了显著成就，中国针织工业协会作为引领针织行业不断发展的权威组织，以精准对接产业链、供应链为核心，为上下游搭建起高效、便捷、国际化的服务平台。本次展会就是一个实例。

针对两地合作，义乌市市场发展委员会党组成员、副主任方丹云提出三点希望：一是深化产业协同，推动辽宁产品与义乌渠道强强联合，打造更具国际竞争力的纺织服装产业链；二是创新合作模式，推动“市场＋产业带”“跨境电商＋产业带”深度融合，助力企业降本增效；三是共享开放红利，借助义乌自贸试验区、综合保税区等平台，共同开拓“一带一路”新兴市场。

“从一滴油到一件衣，辽宁化纤原料、纺织织造、成衣设计等协同发展，形成了全链条贯通、多集群崛起、新动能迸发的产业格局。”辽宁省工业和信息化厅二级巡视员马仲彬表示，义乌是全球知名的小商品集散中心，希望借助 2025 中国（义乌）国际针织供应链博览会和本次对接会，进一步展示辽宁区域品牌 and 特色产品，共同探讨“辽宁制造＋义乌渠道”的联合发展模式，推动“辽品出辽”“辽品出海”。

渠道共建，打造“辽品出海”新引擎

产品是立命之本，渠道是立身之本。辽宁将如何与义乌实现优势互补？依托辽宁纺织服装产业的研发、生产、创新等优势，联动义乌物流网络、跨境电商和海外仓资源，双方致力于构建“辽宁制造—全球市场”直通车，打造“辽品出海”新引擎。

当前，跨境电商、直播电商等新业态蓬勃发展，为纺织服装产业注入了全新动能。“随着新经济、新模式、新业态的不断迭代，消费需求也在不断升级。2022 年，义乌市委市政府提出建设第六代市场，义乌全球数贸中心正是第六代市场的标志性项目。”浙江中国小商品城集团股份有限公司全球数贸中心分公司副总经理朱幸平分享了义乌全球数贸中心如何引领品牌出海新航道。

辽宁省纺织服装协会会长王翀围绕“底蕴、优势、共赢”三个关键词，



辽浙两地将通过“产业＋市场”强强联手。

分享了辽宁纺织服装产业发展现状。目前，辽宁纺织服装行业正聚力打造“万亿级优质特色消费品工业基地”，设立“数字辽宁 智造强省”专项资金，大力推进工业企业高端化、智能化、绿色化改造和优质企业培育。未来，希望通过辽宁和义乌南北协同，构建“研发在辽宁、制造在辽宁、义乌卖全球”的产业新范式，共拓万亿纺织新蓝海。

“经过四十载辛勤培育，小北河袜业蓬勃发展，已成为富民强镇之支柱产业。”辽宁省辽阳市辽阳县小北河镇党委副书记、镇长沈聪表示，小北河袜业棉袜产量位居全国第二，涌现出保利袜业、忠吉纺织等规上企业，运动袜、商务袜、水晶袜、羊毛袜等品类丰富，拥有自主知识产权的商标品牌 467 个，希望继续大力拓展国内外市场。

需求引领，共赢“衣链全球”新未来

市场的需求是产业发展的风向标。活动现场邀请篁园市场服装行业商会会长周小云、秘书长吴鲜民，以及乌克兰外商代表 MS ANNA 和 MS VIOLA 进行现场分享，以全球视角，反映国内国际市场的呼声，为辽宁企业精准对接市场提供了重要参考。

周小云希望辽宁的优秀产业链及厂商入驻中国小商品城篁园服装市场，提升市场的知名度和产品的研发、定价话语权，而辽宁可借助义乌的展会及全球的网络实现“辽品出海”，最终形成南北联动、内外循环的产业新格局；吴鲜民认为，本次对接会既是南北产业资源的强强联手，更是国内大循环背景下市场与制造的深度融合，后续商会将做好与辽宁的深度对接工作。

外商代表 MS ANNA 表示，在过去的 15 年来，XIN XIN IMPORT AND EXPORT 一直从中国出口商品，依托义乌良好的营商环境公司每年从中国出口 80 个集装箱，未来希望进一步深化合作，不断提升产品出口量；MS VIOLA 表示，VIOLA TRADUBG COMPANY 每年从中国市场和工厂购买超过 50 个集装箱的泳衣和其他商品，乌克兰的消费者非常喜欢这些产品，未来希望尝试更多的新产品，开展更多新合作。

当前，美国加征关税成为全球焦点，给全球贸易带来不确定性。辽宁与义乌两地携手合作，既是优势互补的必然选择，更是抢抓 RCEP 机遇、共拓国际市场的战略之举。2025 中国（义乌）国际针织供应链博览会依托义乌与全球 230 多个国家和地区保持贸易往来的优势，吸引了众多国内外专业采购商纷至沓来，为针织行业探索“出海新商机”开辟全新的新航道。以本次展会和对接会为契机，未来辽浙两地将通过“产业＋市场”的强强联手，为南北协同发展注入澎湃动力，携手纺织服装产业链上下游共赢“衣链全球”新未来。**TA**



本次活动将纺织交易场景升华为可游、可购、可赏的文旅新体验。

“水韵新尚·纺都雅集” 打造柯桥纺织时尚新地标

■ 本刊记者_王利

当“水韵纺都”邂逅“现代纺织”，柯桥作为现代化“国际纺都”正书写着“布”一样的时尚传奇。5月7日，由浙江中国轻纺城集团股份有限公司东市场分公司举办的“水韵新尚·纺都雅集”主题活动，以“秀——展——市”三维场景联动的形式惊艳亮相，演绎了一场纺织与文旅共舞、国际与本土交融、时尚与商贸并行、线上与线下同步的纺织盛宴。

本次活动以“水韵纺都”为魂，涵盖面料雅集、国际设计师联名秀、旗舰经营户成衣发布、成衣静态展及全天候对接沙龙等多元化创新形式。活动现场，法国设计师联袂东市场商户闪亮登场，前沿时尚潮流涌动，水岸T台纵贯整个东市场主通道，重构纺织商贸新体验，尽显中国轻纺城东市场作为“中国时尚女装面料第一站”的品牌影响力和时尚引领力。

碧波微漾映纺都，沿岸锦绣添新彩

漫步位于中国轻纺城东市场编织广场的“水韵纺都”河畔，来自“中国时尚女装面料第一站”旗舰商户的30家精品面料展位沿河而设，与粼粼波光相映成趣。采购商们穿梭其间，既能领略“小桥流水人家”的江南韵味，又能感受“万商云集群贤至”的商贸活力，将纺织交易场景升华为可游、可购、可赏的文旅新体验。

“曾经市场上的经营户很多都是传统的经营模式，坐在店铺等客户上门挑选产品。在市场公司的带领下，大家主动出击，邀请采购商面对面进行交流，并以展和秀相结合的形式，更有针对性地向客户展示我们的产品，对企业拓展客户和了解市场需求有很大的帮助。”绍兴市华之瑞纺织有限公司销售总监徐碧瑶说道。活动现场，来自全国各地的近200位专业采购商与东市场经营户深入交流，不少商户现场收获

意向客户。

同时，本次活动与2025柯桥春季国际纺博会同期举办，通过“展会+市场”联动，进一步提升了人流量和影响力。“每次柯桥纺博会我都会去展会现场，逛完展再到轻纺城市场看看，深入对接供应商。本次恰好赶上‘水韵新尚·纺都雅集’活动，东市场的企业创新能力和配合能力强，对客户提出的要求能够精准地捕捉，并且快速反应，上午已与多家东市场面料企业进行沟通，找到了自己心仪的面料。”南京映山红服饰有限公司副总经理王双说道。

法式浪漫遇东方，霓裳共舞谱新篇

作为中国轻纺城标杆性市场，东市场以“中国时尚女装面料第一站”为战略定位，深耕产业创新与品牌升级，积极融入国际市场潮流。作为本次活动重头戏，“法韵街影·东市织尚”动态秀上，两位法国知名设计师联袂登场，与中纱纺织、智澳纺织、豪仕纺织、创丹纺织、凯斯林纺织、卓麻纺织等多家旗舰商户强强联合，完美演绎东西方时尚的交融。法式剪裁邂逅东方织艺，蕾丝、丝绸、醋酸等面料在T台上焕发全新生命力。

法国设计师Jaouad Mehdid是一位充满活力的设计师，曾与多家国际知名品牌合作，他的服装因其大胆的风格而与众不同，巧妙地运用形状和质感，呈现出一种既优雅又颠覆性的无性别时尚；Jennifer Chambaret擅长雕塑般剪裁与极简主义风格，曾荣获法国工艺大师称号，在时尚与工艺领域拥有杰出成就。“面料是服装设计的起点，在本次合作中，我发现柯桥面料的品质和款式令人惊叹，为我们的服装创作提供了无限可能。”Jennifer Chambaret说道。

同期举行的“中国时尚女装面料第一站”

旗舰经营户成衣发布秀同样惊艳。洛航纺织、新宏钰纺织、思奈尔纺织、舜佳纺织、盛杭纺织等旗舰商户，以创新设计与精湛工艺诠释“中国时尚女装面料第一站”的硬核实力。

值得一提的是，本次走秀T台纵贯整个东市场主通道，巧妙连接东市场室内与“水韵纺都”沿河区域，形成一道亮丽的风景线，既体现了现代时尚感，又融入了东市场的文化底蕴。同时，现场设置“东市霓境”静态展，以运河岸的花草树木为背景，动与静之间，尽显柯桥纺织时尚魅力。

供需对接显实效，互动体验汇商机

在“经纬街谈”对接沙龙区，采供双方边喝咖啡边聊订单，谈笑间便达成了深度合作意向。两场面料雅集·时尚女装面料对接会通过面对面的深入交流，为面料供应商、设计师、品牌商等产业链上下游企业搭建一个高效、精准的沟通与合作平台，共同探索面料创新与应用的新方向。

活动现场，“橙意扭蛋机”前排起长龙，轻纺城定制咖啡供不应求。为了提升本次活动的趣味性和体验感，主办方特别推出“奇思街趣”互动区，参与者通过集赞、打卡等方式，可免费领取咖啡、奶茶饮品券和盲盒礼品等，在轻松愉悦的氛围下，深度感受“国际纺都”新风尚。

中国轻纺城东市场分公司相关负责人表示，结合“水韵纺都”特色产业风貌样板区建设，本次活动积极响应集团公司致力于将传统纺织专业市场打造为文商旅产一体的创新综合体、文化新地标的号召，并邀请法国设计师强力助阵，期待通过这样的创新实践，持续打响“中国时尚女装面料第一站”品牌知名度，让中国轻纺城这张金名片更加闪亮。[📷](#)

服装设计中 面料创意设计的实践应用

■ 颜小季 毕雪 赵菲 / 文

近几年来，随着时装工业的迅速发展，消费者对服装面料的审美要求越来越高。在世界范围内，面料创意设计所占比重正逐年增加，并已成为一股推动时尚潮流的重要力量。设计师们在不断的探索与尝试中，将新材料、新工艺与创新设计有机地结合在一起，赋予了服装面料前所未有的视觉效果与独特的艺术魅力。这些创新性的设计，不仅提高了服装的附加价值，同时也给服装业带来新的增长点。

服装设计中的面料创意设计重要性

服装面料创意设计在服装设计中占有重要地位，面料是服装最基本的组成要素，其质地、颜色、质感等都会影响到服装的整体风格和视觉效果。创意面料不仅能增强服装的独特性与艺术性，而且能赋予服装更丰富的内涵与表现力。通过对面料的精细设计与创造性的应用，可使设计师突破传统面料的局限性，创造出新颖独特的服装款式，以满足消费者对新颖独特服饰的需要。同时，服装面料的创新设计又是促进服装流行趋势的一个重要因素。不仅能引领服装设计创新的方向，更能激发设计师的灵感与创意，使服装行业焕发出新的生机与活力。

在竞争日趋激烈的今天，只有具有独特设计风格的服装才能脱颖而出，成为人们关注的焦点。设计师要充分挖掘面料设计的潜能，不断地探索、创新，才能创造出更具魅力、更具市场竞争力的服装。

服装设计中的面料创意设计应用路径

1. 融合科技与艺术

在服装设计领域，面料是体现设计思想的核心要素，将科技和艺术相结合的创新设计方式给服装行业带来了前所未有的变革。其核心是运用现代科技手段对传统面料进行赋能，并将艺术美学融入其中，创造出兼具科技感与艺术价值的新面料。

首先，由于数字化技术的广泛运用，使得服装设计有了更多的可能性。设计人员可借助计算机辅助设计（CAD）软件实现复杂精细图案的绘制，并可对色彩、纹理、布局进行调整，从而达到传统手工难以达到的精度与效率。此外，三维造型技术的应用，使服装的设计从平面走向立体，增加服装的立体感与层次感。设计人员可创造出具有浮雕效果的材质，也可模拟自然界中复杂的形状，如叶子的叶脉，羽毛的层次，这些都可根据数字化技术转换成面料特有的装饰效果。另外，可在面料设计中融入LED灯具、光纤、智能纺织等科技元素，也是科技与艺术的融合。将LED光源与光纤嵌入织物内，通过程序控制发光模式及色彩变化，实现服装在特定场景下的动态光影效果，增强视觉冲击。智能纺织品可以通过改变环境或者穿着者的需要来改变自身的性能，如温度、颜色等，从而给服装设计带来新的思路。

为使技术和艺术更深入地结合，设计师需要跨界协作，与工程师、科学家、艺术家一起合作，共同开发新的面料。在此过程中，设计师需要具有多学科交叉的知识背景，既能理解和运用科学原理，又能保持对艺术的敏感与创造性。设计团队之间要建立起有效的交流机制，以保证技术手段的运用不再是技术上的展示，而是要为艺术表现服务。同时，设计师也要时刻关注科技发展的最新动态，不

断发掘新技术在服装设计中的潜在应用，促进服装设计和科学技术的同步发展。

2. 传统工艺创新应用

传统工艺是服装面料设计中宝贵的文化遗产，所具有的独特技艺与深厚的文化底蕴为现代设计提供丰富的灵感源泉。但是，传统工艺并不是一成不变的，它需要在继承中进行创新和发展。将传统工艺与现代审美理念有机地结合起来，是服装创新设计的一个重要途径。

首先，要深入地研究与挖掘传统工艺，了解其文化内涵与制作技术。这其中包括系统地学习传统织造工艺、印染工艺、刺绣技术，以及对传统纹样与色彩搭配的深入剖析。在此过程中，设计师能更好地把握传统工艺的精华，为创新设计奠定基础。在此基础上，可结合传统工艺和现代设计理念，创造出既有传统韵味又有时尚气息的新面料。其实现途径有很多，如把传统纹样抽象化，并用现代美学重新诠释；或把传统工艺运用到新材料中，创造出不一样的视觉效果与触觉感受。

此外，设计师也可通过跨界合作，将传统工艺与其他领域的知识及技术进行融合，以拓展面料设计的边界。这种跨领域的合作，可以激发设计师们的创意，给面料设计注入新的灵感与可能。

3. 可持续环保材料探索

随着环境保护意识的提高，可持续发展的环境友好型面料越来越受到人们的关注，探索并应用环境友好型材料，可以降低服装行业对环境的不利影响，促进服装设计的创新和发展。

首先，设计者要注意环保材料的研发动态，了解材料的性能特征及适用范围。这包括对环境友好的材料，如可分解的材料，可回收的纤维，有机棉等。生物可降解材料可分解于自然环境，减少废弃物的产生，再利用再生纤维，如废塑料瓶，海洋废弃物等。

其次，设计师要把这些对环境友好的材料与服装设计相结合，创造出既环保又美观的新面料。如可用再生纤维和其它纤维混纺，使其具有独特的质感和手感，也可以采用生物可降解材料制成具有防水透气等特殊功能的织物。同时，通过对环境友好的材料进行染色、印花等工艺的开发，在保证产品环境友好的前提下，满足消费者对颜色、图案的需求。

此外，设计师也应注意到服装全生命周期内对环境的影响。这包括原料的制造、加工、使用和废弃处置。设计者要尽量减少各个环节对环境的影响，并促进对环境友好的布料及消费观念的运用。只有这样，才能使服装设计走上“绿色”的道路，才能使服装行业走上可持续发展之路。

结语

综上所述，服装面料的创新设计是服装设计的一个重要组成部分，不仅可促进时装潮流的发展，还可满足消费者个性化、独特性的需要，也给服装业带来一个新的增长点。未来，随着科技水平的不断提高，消费者的审美要求也在不断提高。有理由相信，在设计师们的不断探索与创新下，服装面料一定会呈现出更丰富的表现力与艺术魅力，并为时尚产业注入新的活力与动能。[📷](#)

（作者单位为江苏连云港金典纺织科技有限公司、江苏连云港鹰游纺机集团有限公司）

春市营销涨跌互现 价格指数环比持平

20250512 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20250512 期纺织品价格指数收报于 103.92 点， 环比持平， 较年初下跌 0.58%， 同比下跌 1.46%。



中国轻纺城春市营销涨跌互现， 其中：原料市场价量环比小涨， 坯布市场价量环比上涨， 服装面料市场布匹价量环比微升， 家纺类产品成交价量环比小涨， 辅料类价量明显下跌。

原料行情环比小涨，涤纶环比下跌，纯棉纱环比上涨

据监测， 本期原料价格指数收报于 85.96 点， 环比上涨 0.18%， 较年初上涨 6.67%， 同比上涨 4.41%。

聚酯原料环比上涨，涤纶行情环比下跌。 本期涤纶原料价格指数环比下跌， 萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩， 价格稳跌互现。 POY 报价 6415 元 / 吨， 环比下跌 10 元 / 吨； FDY 报价 6590 元 / 吨， 环比下跌 10 元 / 吨； DTY 报价 7700 元 / 吨， 环比持平。 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， 涤纶短纤价格基本稳定， 江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6345 元 / 吨， 环比持平。 萧绍地区涤纶短纤市场价格环比持平， 实单成交环比回缩， 下游采购有所下降， 市场交易气氛环比回缩。 纯涤纱市场报价稳跌互现， 32S 纯涤纱报 10500 元 / 吨左右， 环比下跌 50 元 / 吨； 45S 纯涤纱报 16800 元 / 吨左右， 环比持平。

纯棉纱价格环比上涨，再生纤维素价格环比上涨。 近期， 纯棉纱收报于 106.15 点， 环比上涨 0.57%。 萧绍地区纯棉纱市场成交环比回升， 价格环比上涨。 气流纺 10S 纯棉纱报价 16450 元 / 吨， 环比上涨 30 元 / 吨； 普梳 32S 纯棉纱报价 21100 元 / 吨， 环比上涨 20 元 / 吨； 精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元 / 吨， 环比上涨 20 元 / 吨。 国产纯棉纱原料价格环比上涨， 纯棉纱市场交投环比回升， 纺企反映走货逐步回升， 询价及成交环比回升， 纯棉纱价格环比上涨。

近期， 再生纤维素类指数收报于 87.75 点， 环比上涨 0.49%。 粘胶短纤原料价格基本稳定， 粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13230 元 / 吨左右， 环比持平。 人造丝收报于 100.11 点， 环比下跌 0.28%； 人造棉收报于 73.65 点， 环比上涨 0.60%。

坯布行情环比回升，价格指数环比上涨

据监测， 本期坯布价格指数收报于 108.09 点， 环比上涨 0.58%， 较年初下跌 9.34%， 同比下跌 9.81%。

近期， 坯布市场营销环比回升， 连日成交呈现环比上涨走势， 坯布厂家订单环比增加， 坯布价量环比上涨。 其中：天然纤维坯布收报于 170.54 点， 环比上涨 1.74%， 纯棉纱卡坯布、 纯棉帆布坯布、 纯棉府绸坯布、 纯棉巴厘纱坯布市场成交环比上涨； 化学纤维坯布指数收报于 104.18 点， 环比上涨 0.93%， 涤纶纱坯布、 涤纶纺坯布、 涤纶绉坯布、 涤纶麻坯布、 涤纶色丁坯布成交价量环比上涨。

服装面料环比推升，价格指数微幅上涨

据监测， 本期服装面料类价格指数收报于 110.40 点， 环比上涨 0.07%， 较年初下跌 5.37%， 同比下跌 5.86%。

本期服装面料类价格指数环比上涨。 近期， 中国轻纺城面料市场服装面料销售环比推升， 春季面料下单环比增加， 夏季面料下单环比推升， 对口客商入市认购逐日增加， 服装面料价格指数环比上涨。 纯棉面料、 粘胶面料、 涤纶面料类成交价量不等量上涨。

特色分类指数中： 国潮面料指数收报于 134.55 点， 环比上涨 0.2%； 衬衫面料指数收报于 122.91 点， 环比上涨 0.12%； 裙装面料指数收报于 120.56 点， 环比上涨 0.11%； 茄克衫面料指数收报于 124.46 点， 环比上涨 0.12%； 染色工艺面料指数收报于 116.15 点， 环比上涨 0.09%； 速干性能面料指数收报于 122.38 点， 环比上涨 0.11%； 阻燃性能面料指数收报于 103.51 点， 环比上涨 0.08%。

家纺市场环比推升，价格指数环比小涨

据监测， 本期家纺类价格指数收报于 99.94 点， 环比上涨 0.21%， 较年初下跌 0.91%， 同比下跌 0.99%。

本期家纺类价格指数环比小涨。 近期， 家纺市场行情环比推升， 整体市场价格环比小涨。 创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比推升， 兼具时尚元素的创意产品现货成交量和订单发货量环比增加。 其中工程窗纱类收报于 102.43 点， 环比上涨 2.95%； 其他化纤家纺面料类收报于 92.49 点， 环比上涨 0.06%。

市场行情明显回落，辅料指数环比下跌

据监测， 本期辅料类价格指数收报于 110.81 点， 环比下跌 1.61%， 较年初下跌 15.44%， 同比下跌 15.09%。

本期辅料类价格指数环比下跌。 近期， 市场成交明显回落， 轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行， 价格指数环比下跌。 其中：花边收报于 174.80 点， 环比下跌 1.67%； 窗帘布带收报于 103.77 点， 环比下跌 3.52%； 打孔圈收报于 99.62 点， 环比下跌 0.73%； 挂球和挂钩收报于 102.97 点， 环比下跌 0.80%； 窗帘花边收报于 98.97 点， 环比下跌 3.11%； 窗帘轨道收报于 97.52 点， 环比下跌 0.73%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。 后市织造企业产出逐渐小升， 部分下游企业补货将逐日小增。 因部分贸易商和织造厂家新风格产品订单有所增加， 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环比小升走势。 随着夏装面料现货成交和秋装面料订单发货的局部小增， 服饰生产企业采购将环比小增， 新款面料上市品种继续增加， 创新创意产品价格呈小幅上行走势。 **TA**

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数” 编制办公室

中文网址：http://www.kqindex.cn/ 英文网址：http://en.kqindex.cn/

电话：0575-84125158 联系人：尉轶男 传真：0575-84785651



中国纺织服装大数据中心

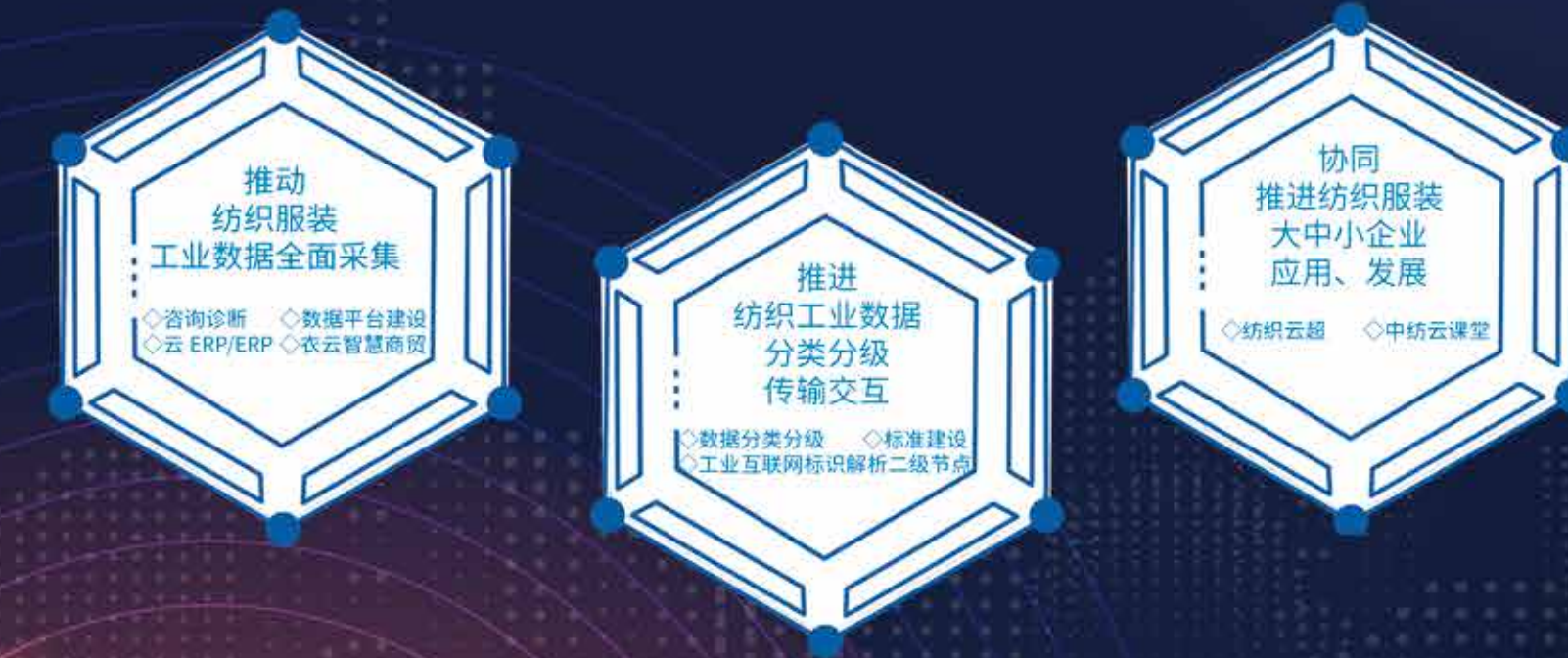
中国纺织服装大数据中心是由中国纺织工业联合会主持，中国纺织工业联合会信息化部负责组织推进，中纺网络信息技术有限责任公司作为主要承建与实施单位的全国纺织行业数据汇聚、共享、应用平台。

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



T 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发展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

(以上数据由纺织之光科技教育基金会提供)