

纺织服装周刊

中国纺织工业联合会会刊 国际标准刊号：ISSN 1674-196X 国内统一刊号：CN11-5472/TS

2026.6.1 | 第19期 | 总第1267期





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

2026.11.20-24
中国·上海·国家会展中心

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

商业平台 引领亚洲

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



官方网站

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



拥有者



主办单位



协办单位



合作协会



国际面料 采购中心

衬衫面料专营区

精纺细织

只为一件好衬衫

招商热线 0575-81181275
0575-81168126

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

AUTHORITATIVE FASHIONABLE PROFESSIONAL

权威 / 时尚 / 专业 / 为中国纺织服装行业发声

主管：中国纺织工业联合会
主办：中国纺织工业联合会 中国纺织信息中心

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

总编助理 郭春花

采编中心

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

美编 郭 森
余 辉

融媒体中心

总监 徐长杰(兼)
副主任 耿 聘
资深摄影 关云鹤
美编 李举鼎
编辑/记者 牛学轅

市场推广中心

总监 吕 杨
副总监 罗欣桐
主任 雷 蕾
王振宇



浙江运营中心

总监 赵国玲
主任 王 利
记者 边吉洁
王耀祖
唐小狄

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄 娜
办公室
主任 刘 萍
财务部
主任 崔淑云(兼)
主任助理 张 艳

热线电话
总 编 室: 010-85229395 新闻热线: 010-85229379
发行热线: 010-85229026 传 真: 010-85229422

国际标准刊号: ISSN 1674-196X 国内统一刊号: CN11-5472/TS
广告发布登记通知书号: 京东工商广登字20170146号
出版单位: 《纺织服装周刊》杂志社有限公司
地址: 北京市东城区东四西大街46号院(100711)
定价: 每期人民币12元
日本合作媒体: 纤维News
印度合作媒体: Inside Fashion
欧洲合作媒体: 
台湾地区合作媒体: 
承印: 北京威德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、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*

“四链”融合、供需对接，福建强力打造现代纺织鞋服产业高地
WOOLMARK 携手供应链伙伴支持中国设计新生代
共探产业数智化升级路径

08 关注 *Attention*

安徽纺织要把旧赛道跑成新主场

10 特别报道 *Special*

回暖、分化、破局：一场纺机理事会背后的信号



12 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

从幕后到世界潮流前沿，柯桥面料站上国际时尚舞台
在天然纤维“窄”门里，把面料“做活”
新疆轻纺城架起柯桥纺织西行新桥梁

16 地方 *Region*

三十而立风正劲，智启新程谋远篇
300余家优质展商在烟台展示全产业链创新成果

18 集群 *Cluster*

一座滨海小城的“织造密码”
全链赋能推进毛衫产业升级

20 时尚 *Fashion*

青春造浪，创意新生

22 品牌 *Brand*

波司登迎来创业 50 周年：半个世纪登峰路，一部精神传承史
拉夏贝尔：国民品牌如何在存量时代重新生长？

25 一线 *Frontline*

三沐新材料：用一根纤维，重塑微气候管理

26 指数 *Index*

市场营销震荡回升 价格指数环比上涨



万 晗
《纺织服装周刊》副总编辑

CERTAINTY IS PRODUCTIVITY 比降税更重要的， 是给服装业一颗“定心丸”

海关总署数据显示，今年一季度我国服装出口同比微降 0.4%，降幅较 2025 年收窄 4.6 个百分点；对美出口 72.5 亿美元，降幅收窄近 10 个百分点。市场正急切求证：中美关税博弈，究竟转入新阶段，还是仅是 90 天的喘息？

5 月 20 日，商务部美大司负责人就 5 月 13 日特朗普访华期间的经贸磋商成果给出清晰轮廓——关键词不是“降了多少”，而是“管起来了”。此次释放三重信号：一是为关税设“天花板”，要求美方承诺未来对华关税不超过吉隆坡安排水平；二是启动对等降税谈判，拟各降 300 亿美元商品关税，部分或适用最惠国税率；三是建立常设机制，推动吉隆坡安排延期，设立贸易与投资理事会化解分歧。

对服装行业而言，第二重信号最具深远意义。过去三年，行业最恐惧的不是关税高低，而是规则的不确定性。一件衬衫从接单到装船需 30 至 90 天，利润率仅个位数，在此前的博弈模式下，企业刚按 MFN+301 模型报出 FOB 价，就可能因豁免批次撤销而被动吞下成本或丢失客户。国际采购商宁肯多付 5% 去越南买“确定”，也不愿回中国买“便宜但有雷”。而“天花板锁定+常设机制”彻底改变了这一局面——它将采购商 Excel 模型中的风险折价项逐一剔除，把规划可视期从按季度规划拉长至按年计算。确定性，本身就是服装业最稀缺的竞争力。

在这一新窗口期下，企业的核心竞争力愈发凸显。以中洲国际为例，其将“快反”做到极致，其护城河并非低价，而是不可替代的交付能力——当品牌需要追单、测款时，恐怕只有中国供应链能接得住。另一家行业标杆溢达集团则证明了品质与合规的价值。在经历新疆棉相关制裁冲击后，溢达坚持“同线同标同质”，它印证了一个道理：无论关税如何起伏，拥有自主品质标准和可追溯体系的企业，永远拥有谈判桌上的席位。这两家企业共同揭示：真正的壁垒必须在关税之外构筑。

窗口期不等人，企业亟需行动：第一，重构报价模型，从“防御性假设”转向“天花板约束下的稳定态”，理直气壮地恢复合理利润空间；第二，筑牢合规防线，抢在溯源门槛细化前完善原产地证据链与纤维成分追溯体系——文件缺失比税率本身更致命；第三，坚守市场多元化，对欧盟、“一带一路”及东盟市场的开拓成果是压力倒逼的真能力，绝不可因对美出口回暖而退回单一市场老路，而国内市场的重要性更是不言而喻。

归根结底，此次磋商的最大价值，是让中美经贸摩擦从“危机式应对”转向“机制化管理”。对中国纺织服装行业而言，确定性就是生产力。而将其转化为真金白银的订单与溢价，靠的不是等待政策赏饭，而是企业把快反周期、品质标准和合规纪律磨到让买方舍不得换。18 个月后世界或再生变数，但可以肯定：留在牌桌上的，必是把供应链能力打磨得最强的企业。

View point / 产经看点

5 月 27 日，国家统计局公布数据显示，1—4 月份，全国规模以上工业企业实现利润总额 24358.4 亿元，同比增长 18.2%。

——光明网

中国证券投资基金业协会 5 月 27 日最新数据显示，截至 2026 年 4 月底，公募基金总规模为 39.36 万亿元，较 3 月底增长约 1.82 万亿元，改变了 3 月份的下跌态势，规模创下历史新高。

——经济日报

5 月 25 日，商务部消费促进司负责人介绍，1—4 月，商品和服务零售合并计算同比（下同）增长 3.2%。其中，社会消费品零售总额增长 1.9%。

——中国政府网

据上海海关统计，2026 年前 4 个月，长三角区域进出口总值 6.14 万亿，规模创历史同期新高，同比增长 15.9%，占全国进出口总值的 37.8%。

——中国贸易救济信息网



纺织服装周刊
微信公众号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织机械
微信公众号



纺织 120S
微信视频号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

Focus / 聚焦

“四链”融合、供需对接，福建强力打造现代纺织鞋服产业高地

为贯彻落实工业和信息化部关于纺织工业提质升级的部署要求以及福建省委、省政府的工作部署，培育建设具有国际影响力的现代纺织鞋服产业集群，深化实施消费品工业“三品”战略，促进创新链、产业链、资金链、人才链深度融合，助力纺织鞋服企业实现供需精准对接、产销高效联动、品牌全面拓展，5月21日，福建现代纺织鞋服产业“四链”融合供需对接活动在福州隆重举办。

福建现代纺织鞋服产业“四链”融合供需对接活动以“新质引领织锦绣，闽派鞋服链全球”为主题，由福建省工业和信息化厅主办，福建省纺织服装行业协会承办，福建省中小企业服务中心、兴业银行、福建省鞋业行业协会联合协办。作为福建纺织鞋服“百企千品强链对接”系列活动的首场，安踏、361度、九牧王、七匹狼、永荣、恒申等省内外100多家纺织鞋服企业负责人，以及东华大学、福建师范大学、闽江大学等高校院所专家学者，省内外纺织行业商协会、金融机构代表等300多人参加。工业和信息化部消费品工业司二级巡视员邓小丁、中国纺织工业联合会副会长梁鹏程、福建省工信厅副厅长陈传芳、兴业银行总行副行长杨柳、福建省纺织鞋服产业链特聘团执行副团长陈庆华教授等领导嘉宾出席活动。

活动亮点纷呈、成果丰硕。福建省工信厅现场通报了福建纺织鞋服“中国消费名品”入选企业名单，集中发布49款福建省纺织鞋服新产品，充分展现了闽派纺织鞋服产业的创新活力与品质实力；同时，福建省工信厅还向福建省纺织行业印染染料配制职业技能竞赛获奖选手和单位颁奖，彰显了对产业技能人才培育的高度重视。此外，活动特别邀请了东华大学纺织学院教授王先锋、阿里巴巴专家吴林镛，分别围绕“纺织产业鞋服创新发展路径”“服装与纺织行业全球商机洞察”作专题分享，为企业发展提供前沿思路与专业指引。福建省中小企业服务中心、兴业银行精准对接纺织鞋服企业需求，分别推介惠企服务平台与专属金融服务方案，切实为企业纾困解难、赋能增效。

供需对接环节中，厦门建发、英国利丰集团、东莞卡蔓服装、万佳优选等采购商现场发布纺织鞋服合作需求，恒申、海天、长源、捷高等重点企业集中推介创新产品，推动供需两端精准对接、高效匹配。活动现场达成企业供需对接、金融合作等签约项目17个，签约金额（含意向）总计超16亿元。闽江大学、泉州师范学院和华峰新材料、德奥针织等企业形成产学研合作签约。



相关领导嘉宾走访企业展位。

活动当天，工业和信息化部消费品工业司、中国纺织工业联合会、福建省工信厅、兴业银行、福建省纺织服装行业协会、福建省鞋业行业协会等单位领导共同上台，见证福建纺织鞋服“百企千品强链对接”系列供需对接活动正式启动。

本次活动紧扣产业发展大势，聚焦企业发展实际需求，集中展示福建省纺织鞋服产业创新发展成果，通过品牌发布、技能表彰、项目对接、学术交流等系列活动，搭建起政产学研用协同合作平台，为产业创新升级、区域协同发展注入强劲动力。据悉，系列活动还将突出产业协作、融通发展理念，采用“现场对接+实地走访”“线上+线下”相结合的方式，组织工信部门、行业专家、企业代表深入走访省内外重点企业，推动供需双方深化交流、务实合作，助力实现省际产业协同发展、省内产业联动升级。

据介绍，现代纺织鞋服产业作为福建优势支柱产业，形成了从“一滴油”的化纤原料到“一根丝”的化纤、纱线，从“一匹布”的染整面料再到“一件衣、一双鞋”品牌产品的完整产业链，培育了一大批行业领军企业，产业营收稳居全国前三位。目前，全国近一半锦纶、三分之一鞋服、四分之一服装产自福建，产业规模与竞争力居全国前列。2025年，全省纺织工业增加值增长3.7%，高出全国1.9个百分点。2026年一季度，全省纺织工业增加值增长5.6%，高出全国1.7个百分点，展现较强发展韧性。面向“十五五”，福建将全面加快“555X”产业集群建设，奋力打造具有国际影响力的现代纺织鞋服产业高地。（谢立仁）

Direct / 直击

WOOLMARK 携手供应链伙伴支持中国设计新生代

近日，全球羊毛权威机构 WOOLMARK 联合中国多家纺织供应链领军企业，共同支持东华大学 2026 届上海国际时尚创意学院（SCF）毕业设计项目。通过技术培训与高品质美丽诺羊毛面料的赞助，助力未来设计师探索天然纤维在未来时尚中的多元可能。

本次合作中，提供支持的企业有：江苏丹毛纺织股份有限公司、山东南山智尚科技股份有限公司、浙江新澳纺织股份有限公司、嵊州雅戈尔毛纺织有限公司、德国南毛集团等。它们除了提供多种优质美丽诺羊毛面料，还从羊毛特性、可持续工艺到设计应用为学生们提供了完整且系统性的培训支持。

在此背景下，学生设计师们以美丽诺羊毛为核心媒介，围绕社会压力、生态危机、情感修复、消费反思等议题创作出《无形之重》

《极地之唤》《白隙之间》《衣形往复》《寻常之物》等一系列兼具艺术表达与材料创新的作品。这些作品以时装秀及为期一周的静态展览形式，于上海上生新所内呈现，展览主题为“织境相生 REPLY TO FUTURE FASHION”。

WOOLMARK 将继续携手供应链伙伴，支持设计人才与产业进步，推动美丽诺羊毛从牧场走向秀场，持续探索美丽诺羊毛在可持续时尚中的创新可能。据介绍，WOOLMARK 是羊毛纺织品认证机构，与全球各国的毛纺织和时装企业建立合作关系，将澳大利亚羊毛视为最天然的制衣纤维和高奢时装的首选面料。纯羊毛标志（WOOLMARK）是全球知名的纺织标志，不仅是高品质的保证，也是从牧场到成衣的整个产业链中品质和创新设计的代表。（郭春花）

Scene / 现场

共探产业数智化升级路径

2026 纺织行业数字化发展大会在柯桥举行

近日，2026 纺织行业数字化发展大会于国际纺都浙江柯桥举办。大会以“智联纺都 数造未来——构建纺织产业新质生产力”为主题，聚焦印染数智化改造、AI 智能验布、企业全流程数字化升级三大核心赛道，汇聚行业专家、企业代表共探产业数智化转型路径，为纺织产业智能化、高端化、绿色化升级凝聚共识、提供方案。

中国纺织工业联合会副会长阎岩在致辞中指出，人工智能在纺织行业正从概念验证走向规模落地。面向“十五五”，行业数字化需聚焦三大方向：构建纺织智能大模型与垂直场景小模型，推动 AI 深度应用；打通数据壁垒，实现全链高效协同与智能决策；融合绿色制造，建立全产业链碳足迹追踪体系，驱动行业可持续发展。

中国轻纺城党工委副书记、建管委主任孙伟刚表示，柯桥坚持以数智化转型为核心，推动数字技术与产业、市场、贸易深度融合，构建“1+4+N”综合智能体体系，推动市场功能数字化、平台化升级，打造“直播+平台+跨境电商+海外仓”贸易格局，走出特色数字化发展之路。

会议发布了《数智领航：纺织行业“十五五”高质量发展转型路线图》，提出行业数字化呈现六大趋势，给出企业转型“五步法”，建议中小企业走低成本快见效路径，大型企业构建数据生态，以小切口应用带动大生态转型。

会上，多家企业分享落地实践。美欣达纺织印染科技分享数字工厂建设经验，提出以数字升级创造增量价值；杭州环峪数智科技展示 TDSD® 低碳数智染色工艺，节水近 99%、减碳 33%，实现绿色高效生产；



会议现场。

绍兴格太珂斯分享贸易企业数字化管理平台建设经验，提供轻量化转型方案。

AI 智能验布成为热议焦点。针对传统验布效率低、漏检率高、招工难等痛点，上海锴铨智能、南通巨联数字科技等企业展示自研 AI 视觉检测技术，实现检测效率与精度双提升。与会嘉宾指出，AI 验布仍面临算法适配难、落地成本高等问题，需通过技术突破、成本优化、标准共建破局，行业应提前布局抢占先机。

会议总结强调，数字化转型是纺织产业高质量发展的必由之路，AI 智能验布等技术应用是行业升级关键抓手。本次大会搭建了产业交流合作平台，推动技术、经验、资源共享，助力纺织行业以数字赋能创新、以科技引领未来，加快构建新质生产力，推动产业迈向更高质量发展新阶段。（钟芳）



未来岁月无纺针刺技术 助力您的成功

创造有意义的增长

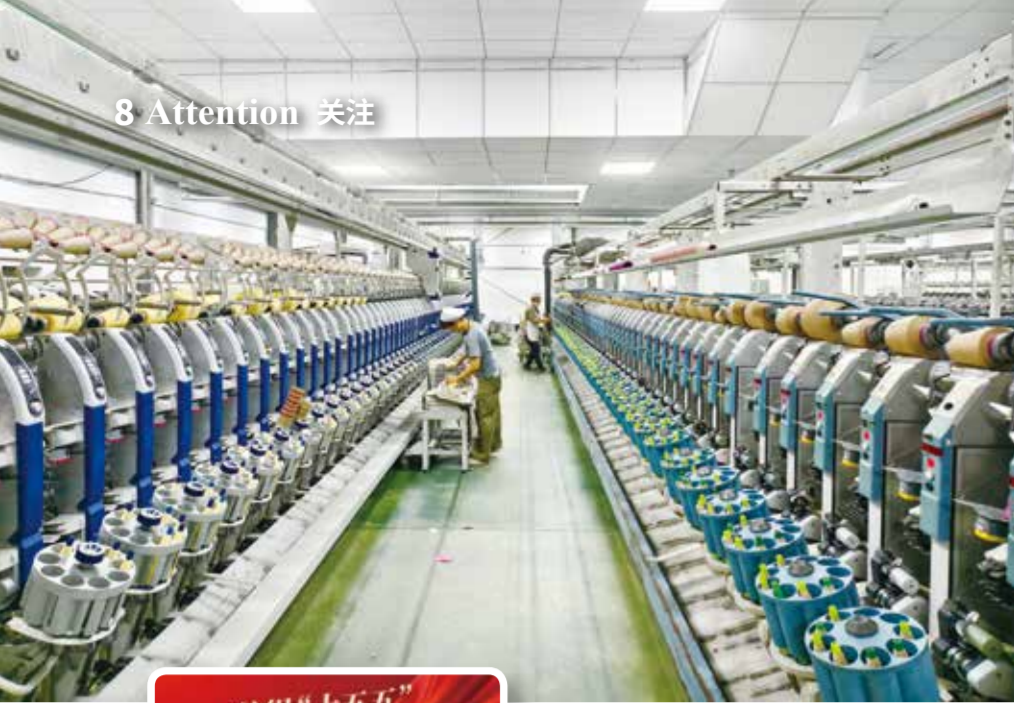
机械加固工艺定义了终端织物的性能。这就是为什么安德里茨针刺线可以为您的企业带来更大竞争力的原因。凭借其可靠的设计，较低的维护频率和易于清洁的结构，可延长设备正常运行时间。为了能够依照您的需求为您量身定制针刺

机，我们不断改进并进一步适应行业的需求。从灵活的针型配置和针刺机框架到数字化解决方案——运用我们SCADA质量控制系统和Metris IIoT平台可以让您更好地掌控生产过程。这就是卓越的非织造布技术。





nonwoven@andritz.com andritz.com/needlepunch



纺织“十五五”
地方风向标



安徽省纺织行业协会执行会长叶梁（右一）在企业调研。

政策赋能、智改数转、集群发力—— 安徽纺织要把旧赛道跑成新主场

■ 本刊记者_徐长杰

人们总把纺织业当成传统旧赛道，但这绝不是今天的纺织业。在安徽，一场以科技、绿色、时尚为内核的产业升级正在上演，依托“十五五”政策赋能与长三角一体化机遇，安徽纺织正把旧赛道跑成全新主场。

纺织服装业作为安徽传统优势产业与重要民生产业，正迎来转型升级的关键窗口期。2025年底，安徽省制造强省建设领导小组办公室印发《安徽省纺织工业优化升级实施方案》，为产业高质量发展划定清晰路径；2026年3月，《安徽省国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》（以下简称《安徽“十五五”纲要》）正式发布，明确提出推动传统产业提质升级、培育新质生产力。双重政策加持下，安徽纺织服装产业迎来“科技赋能、绿色转型、时尚突围”的战略机遇期。从传统织造到智能智造，从低端加工到品牌引领，安徽纺织服装业正以“科技、绿色、时尚、健康”定位，在“十五五”新征程中奋力书写产业升级新篇章。

锚定战略定位，政策加持筑牢发展根基

《安徽“十五五”纲要》将纺织工业明确纳入“1188”现代化产业体系中的8个传统优势产业体系，提出加快纺织等传统优势产业提质升级，重点发展功能性化学纤维、纤维新材料、产业用纺织品等，加快研发高性能、智能化、绿色低碳、高附加值先进纤维及制品，发展智能制造、绿色制造、服务型制造，加快产业模式和企业组织形态变革。

在安徽省纺织行业协会执行会长叶梁看来，这一系列规划对安徽纺织服装业具有里程碑式的意义。“长期以来，纺织服装产业虽是我省传统优势产业和重要民生产业，但在省级产业布局中往往处于边缘位置。此次被纳入全省现代化产业体系的主力阵营，意味着纺织业将是‘十五五’期间重点培育和焕新的传统优势产业。”叶梁表示，从战略层面看，这一转变为行业争取政策资源、资金支持和要素保障开辟了更大空间；从实践层面看，规划明确的技术创新方向和智能化转型路径，为安徽纺织业从“纺织大省”迈向“纺织强省”提供了清晰的行动方案。

2026年初出台的《安徽省纺织工业优化升级实施方案》，更是近年来省级层面针对纺织工业出台的最为系统的专项政策文件，为产业转型提供关键指导。叶梁认为，方案立足全省纺织服装产业发展实际，明确了“高端化、智能化、绿色化、融合化”四个转型方向，提出将安徽打造为“具有全国影响力的新兴纺织智造基地和品牌时尚高地”，并设定了到2027年全省规模以上纺织工业企业实现营业收入1200亿元左右的量化目标，为全省纺织行业稳步转型升级指明前进方向，让各类市场

主体发展有方向、升级有遵循。同时，方案聚焦产业发展核心需求，统筹整合政策、资金、技术、人才等各类优质资源，从技术创新、结构优化、新型技改、绿色提质、品牌培育、集群建设等方面出台务实举措，精准破解企业转型资金不足、技术欠缺、市场受限等现实难题，切实降低企业升级发展成本，全方位为企业纾困解难、赋能增效，推动产业实现高质量可持续发展。

抢抓长三角机遇，承接转移融入发展大局

《安徽“十五五”纲要》明确，要深度融入新发展格局取得新的更大进展，在推进长三角一体化发展中链接沪苏浙、辐射中西部枢纽功能更加完善。这与《安徽省纺织工业优化升级实施方案》中引导各市因地制宜承接长三角、珠三角等地区纺织产业转移的部署不谋而合，重点加快新型纺织材料、高端纺织面料、绿色印染、特色化产业用纺织品等细分领域的产业承接，完善产业链条，彰显出安徽纺织服装产业融入区域发展、借势崛起的坚定决心。

长三角一体化战略深入推进，为安徽纺织服装业带来了前所未有的发展机遇。长三角地区目前已形成覆盖“聚酯纺丝—织造印染—原创设计—服装家纺—品牌运营”的完整生态，2024年长三角纺织工业营收突破2.4万亿元，占全国比重超50%。叶梁表示，安徽的定位就是用足区位优势 and 成本优势，承接东部优质产能转移，同时以原创设计和智能制造深度融入区域价值链。

产业转移承接成效显著。望江县聚焦纺织服装首位产业，精准承接长三角优质产能转移，2025年全年新引进纺织服装类项目34个、总投资超80亿元，一批补链强链、高端智能项目加速落地，产业链条持续完善、产业能级稳步提升，安徽纺织服装第一县的集聚效应与区域竞争力持续放大。

区域协作平台不断深化。2025年9月，以“创新驱动、协同发展——构建长三角纺织服装产业新生态”为主题的2025安徽纺织服装产业博览会暨长三角纺织服装产业发展大会在合肥召开，大会发布《长三角纺织服装产业协同发展倡议》，明确提出加强区域产业规划衔接、推动创新资源开放共享、构建统一开放市场、深化产业链上下游合作、共同培

育优质品牌等五大方向。

跨区域资源联动加速。利辛县深度融入长三角一体化发展格局，以“一块布”产业集群为抓手，全力打造皖北承接长三角纺织服装产业转移的核心集聚区，走出一条产业承接、创新协同、链条互补、品牌共建的融合发展路径。

智改数转赋能，新质生产力激活产业动能

《安徽“十五五”纲要》提出，要优化提升传统产业，实施以人工智能为牵引、以“智改数转网联绿色”为特征的新型技术改造工程，推动经济数智化转型，培育壮大数字经济核心产业。《安徽省纺织工业优化升级实施方案》也明确，要加快设备更新，落实国家工业领域大规模设备更新政策，加快技术改造和设备更新，重点推动纺纱织布、非织造机械、印染机械等纺织专用设备更新改造，加速应用数控节能高速纺织、染整、吊挂柔性流水线、数码印花、智能纺机、智能制衣等智能装备。

智能化、AI正在重塑纺织服装产业的生产方式和商业模式，为安徽纺织业注入强劲动能。叶梁认为，智能化、AI至少带来三重机遇：一是生产效率的革命性提升，AI质检、全自动吊挂、智能排产等技术可以大幅缩短订单周期；二是个性化定制能力增强，数字化设计系统使小批量、多品种的柔性生产成为可能；三是运营成本显著降低，工业互联网平台可以帮助企业降低能耗和人力成本。

构建智造体系是关键抓手。安徽支持各地开展纺织数字化智能化诊断，积极搭建数字化转型公共服务平台，推动中小企业数字化、网络化、智能化升级改造，梯度培育一批智能工厂，打造一批工业互联网平台，实施一批轻量级数字化改造项目。推广大规模个性化定制、柔性化制造等服务型制造新模式，引导实施小批量、多品种、快时尚生产。强化人工智能赋能，鼓励企业聚焦细分场景应用打造中小型模型，推进AI技术在化纤纺丝、织物检测、染整定型、材料创新和能源管理等环节应用。

在智能化转型赛道上，安徽已涌现出一批标杆企业。利辛县安徽翰联色纺股份有限公司作为掌握“纺前染色”核心技术的专精特新“小巨人”企业，引进涡流智能纺纱设备，突破产能瓶颈，生产效率提升30多倍。安徽华茂纺织股份有限公司作为安徽省唯一入选2025年度工业和信息化部“卓越级智能工厂”的纺织企业，建成高质高效全流程智能纺纱工厂，万锭用工由50人降至15人，产品不良率由1.8%降低至0.3%，产品研发周期较原先缩短一半。申洲针织（安徽）有限公司通过自主研发的CPS生产协同系统，搭配3亿元智能设备，生产效率提升30%，订单交付周期缩短25%；2025年4月开工的时尚服装智能制造项目，目标打造全球制衣“灯塔工厂”，建成后效率再提升40%、能耗降低20%。

集群协同发力，构建先进制造业发展矩阵

《安徽“十五五”纲要》明确，要引育具有生态主导力的链主企业，培育千亿产业链，持续壮大县域经济打造县域特色产业集群，到2030年力争实现营业收入百亿级集群全省所有县域全覆盖，五百亿级集群10个左右，千亿级集群3个左右。《安徽省纺织工业优化升级实施方案》同步提出实施集群发展行动，推动产业特色布局、能级提升，到2027年累计打造5个左右规模以上企业营收超50亿元的纺织特色产业集群。

推动产业集群协同发展，关键是坚持全省“一盘棋”，发挥行业协



会的桥梁纽带作用，按照产业协同、错位发展的原则优化布局。目前，安徽已形成“南望江北利辛”的集群格局，涌现出一批各具特色的产业集群专业镇和县域集群。

产业特色布局日趋清晰。推进合肥等地聚焦创意设计、数字时尚建设时尚创意设计基地和品牌集聚地；支持安庆、六安、芜湖等地围绕服装制造、家用纺织品、羽绒等领域加强产业链协同发展，建设智能时尚服装家纺核心加工区；依托滁州、宣城、蚌埠非织造新材料、生物基新材料等产业优势，建设先进纺织新材料制造基地；推动阜阳、亳州、宿州等皖北地区围绕废旧纺织品循环利用、户外运动服装、先进功能材料等领域，建设新兴纺织服装产业基地。

集群能级持续提升。望江县作为知名纺织服装特色产业集聚区，聚焦童装领域深耕细作，已集聚规上纺织服装企业近80家、市场主体超1万家，年童装装约占全国1/7；宿松县拥有纺织服装规上企业近60家，行业总产值超百亿元，形成从原料、面辅料到纺纱、织造、印染，再到设计、生产、展销的完整闭环；利辛县2025年纺织服装（轻纺）产业实现总产值170亿元，同比增长30.8%，获评安徽省轻纺服饰特色产业集群基地。

谈及协会后续计划，叶梁表示，将持续推进产业集群建设与产业链协同，引导企业向高端化、智能化、绿色化转型；优化会员服务与行业调研，搭建交流平台；深化长三角协同发展，推动区域企业深度合作；推进企业数智转型与自主品牌建设，搭建产学研合作平台，助力技术攻关与成果转化，全面提升产业核心竞争力。

直面转型挑战，多方合力破解发展瓶颈

当前安徽纺织服装业转型仍面临诸多挑战。叶梁坦言，主要集中在四个方面：一是创新能力不强，核心技术突破乏力，难以支撑高端化、绿色化转型；二是产品层次偏低，附加值提升困难，品牌建设滞后，多以代工为主，自主品牌影响力弱；三是企业能级不高，龙头带动作用不足，规模化发展水平低，智能化转型投入能力有限；四是产业链关键环节薄弱，协同水平不高，难以形成高效完整的产业生态。

针对这些痛点，协会将多维度助力企业破局。一是搭建产业协同发展平台，组织企业参与国内外展会，办好安徽纺织服装产业博览会，助力企业对接资源、拓展市场；二是推动产学研用深度融合，与高校、科研院所合作，开展新材料、新技术研发推广，完善行业创新体系；三是推动产品升级，助力品牌培育，聚焦高附加值产品研发，搭建品牌推广平台，适配消费升级需求；四是加强人才培养与引进，开展行业技能培训，吸纳高端人才、技术骨干及返乡创业人才，构建多层次人才培养体系，为产业注入活力。

展望“十五五”，安徽纺织迈向高质量发展新阶段

展望“十五五”，安徽纺织服装业正处于从规模扩张向质量跃升的关键转折期。叶梁认为，未来五年，智能化、数字化将从标杆企业向全行业加速普及，智能制造成为主流；区域协同将更加紧密，安徽在长三角产业链中的地位进一步提升；绿色低碳转型将实质性推进，废旧纺织品循环利用等新业态加速成长；安徽本土服装品牌影响力有望持续扩大，走向全国乃至国际市场；产业集群效应将更加显著，有望形成数百亿级乃至千亿级的特色产业集群。

为推动产业实现更高质量发展，叶梁提出五点建议：坚持协同合作，推动长三角纺织产业链上下游、产学研用深度融合；坚持创新驱动，加大功能性纤维材料、智能制造技术等领域研发投入，培育新质生产力；坚持人才保障，加强高端研发设计人才引进和产业技术工人培养；坚持政策引导，地方政府出台精准扶持政策，强化要素保障；坚持品牌引领，引导企业从“代加工”向自主品牌转型，提升安徽纺织服装的市场知名度和竞争力。

政策东风劲吹，转型浪潮奔涌。在多重利好加持下，安徽纺织服装业正以昂扬姿态奋进“十五五”，全力推动产业高端化、智能化、绿色化、融合化发展，奋力打造具有全国影响力的新兴纺织智造基地和品牌时尚高地，为建设现代化美好安徽贡献坚实的纺织力量。[A]



本次会议意在厘清纺机行业下一步发展方向。

回暖、分化、破局： 一场纺机理事会背后的信号

■ 本刊记者_墨影 云娟娟 / 文 关云鹤 / 摄

5月21日，中国纺织机械协会第九届理事会第四次常务理事会在北京召开。会议围绕行业运行、科技创新、展会筹备、“十五五”规划及协会工作等议题展开，意在厘清一个关键命题：出口规模已居全球首位，纺机行业的下一个增长引擎来自哪里？

宏观定向： 政策指引与行业基本面

工业和信息化部消费品工业司纺织处吴桐在致辞中表示，近年来我国纺织机械行业快速发展，装备国产化率显著提高，产品出口额快速提升。中国纺织机械协会是政府与企业、市场与社会的重要纽带，希望协会始终在促进行业健康发展、服务国家战略方面发挥重要作用。一是牢记责任使命，二是做优行业服务，三是做强政府支撑。

中国纺织工业联合会副会长徐迎新就我国纺织行业经济运行现状及“十五五”时期发展方向进行分析。他提到，今年以来我国纺织行业生产、内销、出口均实现增长。主要呈现出的特点为：生产形势整体平稳，内销实现温和增长，出口压力与韧性并存，效益压力仍待改善，投资增速高位回落。同时，纺织行业全年实现平稳运行仍需化解诸多的风险和挑战。

徐迎新指出，“十五五”期间纺织行业将锚定初步建成现代化产业体系目标，重点推进四项任务：夯实完整产业体系基础，推动高端化、智能化、绿色化转型；提升自主创新效率，突出企业创新主体地位，强化关键技术研发，完善产学研成果转化体系；策动产业价值延伸，深化数字赋能；统筹国内国际布局，构建韧性强的国际化供应链体系，培育国际化领航企业。全行业要锚定目标、坚定信心、主动作为，用实干实绩助力“十五五”开好局、起好步，奋力谱写行业发展新篇章。

中国纺织机械协会会长顾平表示，当前全球产业格局深度调整，纺机行业迎来创新机遇期，但传统领域竞争加剧、市场需求深刻变化，若固守老路、安于现状，极易在技术迭代中被淘汰。他指出，工业和信息化部已发布“AI+制造”专项行动，行业必须走出舒适区、打破路径依

赖，加快数字化、绿色化转型，深化与人工智能、先进材料、新能源等领域协同创新，在全球竞争中锤炼核心竞争力。

顾平对行业提出三点期望：一是勇于创新突破，打造国家核心竞争力。聚焦关键核心技术自主可控，集中攻关高端纺机“卡脖子”技术，在智能化、绿色化、功能化领域实现从跟跑到领跑，抢占全球技术制高点，引领国际标准，提升全球价值链地位。二是加强协同协作，构建世界一流产业生态。发挥协会桥梁作用，推动产学研用深度融合，促进大中小企业、上下游跨界协同，打造全球竞争力产业集群，形成技术、市场、人才合力。三是坚持高水平开放。积极融入全球产业体系，深耕“一带一路”，加快全球布局，在高端市场、技术合作、品牌建设上实现突破，提升国际话语权，以锻造强韧供应链，牢牢把握发展主动权。

筑基固本： 协会建设与队伍规范管理

中国纺织机械协会秘书长丛政汇报协会秘书处工作时表示，2025年以来，协会坚持以党建工作为引领，统筹推进产业规划、科技创新、标准建设、信息服务、展会活动、组织建设等各项工作稳步开展，圆满完成全年既定工作目标。

产业规划方面，协会启动纺机行业“十五五”发展指导意见编制工作，面向行业企业家开展新版专项问卷调查，为行业中长期高质量发展做好顶层设计。

科技创新成果丰硕，全年组织申报多项行业科技项目，完成25项科技成果鉴定，多项成果获评国际先进、国内领先水平，在“纺织之光”中国纺联科技奖评选中斩获多个一、二等奖；持续编制展会评估报告、行业年度技术发展报告，系统梳理行业技术进步成果。

标准化建设有序推进，2025年同步推进18项国标、26项行标在研工作，完成多项标准报批发布，同时通过线上课程、线下会议多渠道开展标准宣贯，助力行业规范发展。信息统计与市场服务持续深化，常态化采集汇总行业月度、季度运行数据，编制发布经济运行报告，坚持

年底召开行业生产经营座谈会，为企业研判形势、制定规划提供参考。

展会布局持续拓展，顺利举办新加坡国际纺机展，有序推进2026年中国国际纺织机械展览会暨ITMA亚洲展览会筹备工作，同步组织孟加拉国、印尼等重点海外市场展出活动，助力行业开拓国际市场。协会持续完善组织建设，常态化召开理事会、常务理事会议，修订内部制度，培育各专业分会常态化运行机制；严格落实党建工作要求，以党建引领行业服务与发展。

会议通报秘书处人员调整、21家新会员入会等相关事项。2026年，协会秘书处将重点推进纺机行业“十五五”发展意见发布、大型国际展会举办、细分领域行业服务升级等核心工作。

多维透视： 运行数据·科技进步·展会信号

中国纺织机械协会副会长刘松在分享纺机行业经济运行情况及分析时指出，“十四五”期间，我国纺机行业展现较强韧性，总体规模高位稳健运行。行业增长来自国内存量技术迭代、产业区域转移及全球产业链重构带来的出海机遇。规模以上企业营业收入年均增速4.79%，较“十三五”提升4.05%；利润总额年均增速3.09%。国产设备市场占有率超75%，较“十三五”提升近2%。出口稳居全球首位，年均出口额51.19亿美元，较“十三五”增长38.84%，占全球贸易总额超25%；2025年出口额突破60亿美元，超德、日、意三国总和，贸易顺差较2020年扩大15.83亿美元。进口年均29.8亿美元，较“十三五”下降7.38%。

2026年一季度，行业温和复苏，主要指标回升。行业呈现明显分化：纺纱机械全线增长，织造、染整机械平稳，针织、化纤、非织造布机械有所回落。协会调查显示，一季度企业经营压力缓解，近半数企业订单同比增长或持平，海外订单稳定。产品出厂价格总体平稳。当前企业主要压力来自价格过度竞争、生产成本上升及国内需求不足。企业对一季度态势认可，对二季度预期谨慎乐观。

全球来看，国际纺机行业仍处调整阶段，需求偏弱。结合行业运行周期综合判断，2026年我国纺机行业仍有望扭转下半年下行态势，呈现“总量趋稳、结构分化”格局。行业虽面临多重挑战，但也迎来“十五五”开局、产业升级、智能化绿色化转型及海外市场稳定等机遇，有望持续推进高质量发展。

中国纺织机械协会总工程师李雪清表示，2025年纺织机械行业在技术创新方面取得显著成效。行业重点企业全年获得授权发明专利383项、实用新型专利668项，多项成果斩获“纺织之光”中国纺联科技进步奖，4个项目荣获第二十五届中国专利奖优秀奖。行业通过科技大会、专题研讨、国际交流等形式，为“十五五”发展规划编制提供支撑。

新产品研发与成果方面，宜宾丝丽雅等单位合作的莱赛尔纤维绿色智能生产关键技术项目荣获“纺织之光”中国纺联科技进步奖一等奖。全年共有20项成果通过省部级科技成果鉴定，其中19项达国际先进、1项国内领先。截至2026年初，又有13项成果通过鉴定，其中12项国际先进、1项国内领先。

创新平台建设方面，纺织行业智能制造系统解决方案供应商联盟推动16家纺织企业获评工业和信息化部卓越级智能工厂，新一代纺织设备产业技术创新联盟连续获评“A级活跃度联盟”。此外，成功举办科技大会、专题研讨、赴日本及欧洲研学交流、新加坡国际纺机展等活动。

专项申报与技术推广方面，细分领域技术升级成效显著：化纤机械全面向高端化、差异化、绿色化发展，碳纤维等关键装备实现核心技术突破；非织造布机械依托AI、数字孪生等技术提升智能控制与工艺适配性；纺纱机械聚焦连续性、智能化，关键单机实现高效生产，接头机器人进入样机试验阶段；织造机械结构性能不断优化，视觉+AI疵点检测、智能物流等应用深化；针织机械向精密化、多功能化升级；染整机械进入绿色低碳与数智化深度融合新阶段，超临界CO₂染色、零水染色等技术取得产业化进展。

纺机标准化方面，截至2025年底，纺机标委会在研国家标准18项、行业标准26项，国际标准转化率达94.4%。2025年全年及2026年初，

共发布9项国标、38项行标，为行业高质量发展筑牢基础。

中国纺织机械协会副会长赵晓刚介绍了将于2026年11月20日至24日在上海举办的国际纺织机械展筹备进展。本届展会报名面积与企业数量双双突破历届最高纪录：面积较上届增长15.8%，企业数量增长5.6%，总数超过1900家。值得关注的是，众多新企业将携自动化、连续化、智能化及人工智能应用等领域的新产品新技术亮相，成为展会亮点。此外，展会恢复“研发与创新区”，东华大学、武汉纺织大学、浙江理工大学、天津工业大学等职业院校的十余个研发团队将展示最新科研成果。本届展会继续按工艺大类分区，与往届不同的是，印花设备首次独立成馆。

未来引擎： “十五五”规划与新材赋能

作为现代纺织工业体系的基石，纺织装备是纺织产业关键知识和技能的集成，是形成完整纺织产业自主可控的关键。中国纺织机械协会副会长侯曦在介绍《纺织机械行业“十五五”发展指导性意见编制思路》时提到，我国纺织机械行业整体已接近世界先进水平，产业链安全可控。

“十五五”期间，纺机行业将推动智能纺织装备、新质纺织装备、绿色纺织装备、纺机产业基础、纺机智能制造和纺机标准质量等重点工程，加大与智能传感、智能检测、机器人等融合应用，提升加工新材料能力，推进绿色制造与节能减排，补齐高端基础零部件短板，提高纺机生产的数字化水平，完善标准体系。坚持科技创新和产业创新，以智能化、绿色化、融合化为方向，提升纺织机械的质量稳定性、可靠性与核心竞争力，为制造强国提供坚实的装备支撑。

北京石墨烯技术研究院产业副院长张建军在专题技术分享中表示，石墨烯正为纺织机械行业高质量发展注入新动能。随着技术突破，石墨烯成本大幅下降，已具备大规模应用条件。他重点讲解了石墨烯润滑节能技术。据中国工程院研究，我国因摩擦磨损导致的损失每年不少于9500亿元。研究院研发的“华墨”石墨烯润滑油，经院士专家组鉴定达国际先进水平，并入围工业和信息化部《国家工业节能技术推荐目录》，摩擦系数显著降低，减磨节能效果突出。目前，该技术已在纺织机械行业落地应用，剑杆织机、经编机等设备使用后能耗明显下降，降本增效显著。

张建军表示，研究院已与中国纺织机械协会达成全面战略合作，下一步将聚焦石墨烯改性润滑节能、高性能部件研发、织针精密处理三大方向，共同搭建“研发—转化—应用—推广”创新体系，助推纺织机械行业向绿色低碳、智能高端方向迈进。


行业回声： 座谈会上的高密度信息

会上，各企业代表围绕纺织行业“十五五”，聚焦行业趋势、技术攻坚、产业升级与国际化发展交流研讨。

经纬纺机提出聚焦全流程智慧工厂、高性能纤维装备、纺机专件研发，强调系统化、专业化、标准化建设。CTMTC建议细化出口目标，提出“两个30%”战略，推进长期深耕、模式升级、成套出海。杭州纺机、无锡宏源科技聚焦丝绸、化纤领域，前者应对产业萎缩、推进工厂化养蚕；后者发力节能技术、呼吁行业自律。

海佳机械、日发纺机、精工科技、天门纺机等企业一致聚焦高端化、智能化、绿色化，攻坚核心零部件、AI算力、喷丝板等卡脖子技术，强化制造能力与专件配套。巴马格、乌斯特表示深化本土化与竞合合作，助力行业协同创新。

白鲨针布、重庆金猫深耕专件领域，锚定替代进口目标，攻克耐磨、材料等关键技术。天津宏大、卓郎智能、太平洋机电分别聚焦纺纱智能化、国际品牌差异化、行业责任担当，共同认为行业需摆脱价格内卷，靠技术创新突围。

大家达成整体共识：“十五五”是行业关键期，企业需坚持长期主义、协同攻关，夯实产业基础、突破核心技术、拓展全球市场，推动中国纺机从先进迈向领先，共建高质量产业生态。 



柯桥正逐步成长为兼具产业厚度与文化辨识度的时尚开放高地。

纺城产经洞察 ③ 时尚之翼

从幕后到世界潮流前沿，柯桥面料站上国际时尚舞台

■ 本刊记者_唐小狄

2026年是“十五五”规划的开局之年，也是柯桥时尚产业迈向高质量发展新阶段的关键一年。当前，柯桥正积极打造时尚开放高地，推动传统纺织业向价值链高端攀升，构筑起强大的产业创新策源能力。

一大批新项目的规划，打开了“十五五”的无限想象空间：高水平建成云集文化街区，谋划建设柯桥“时尚布谷”，构建综合性产业生态圈……这些平台将加速创意、设计与人才的落地聚集，从根本上改变柯桥纺织的价值逻辑——面料的价格不再只由纱线、织造和印染的成本决定，设计、创意与品牌开始成为更重要的衡量尺度。



如今，柯桥面料越来越多地出现在各大走秀舞台上，曾经藏在产业链上游的面料，开始以作品姿态被看见、被讨论、被记住。品牌树立与人才发展的持续深耕，正成为支撑这种舞台表现力的重要力量。

筑梦时尚：以产业为基，登世界舞台

柯桥，正在从“全球最大的面料集散地”向“时尚开放高地”的方向加速迈进。开放，意味着汇聚，也意味着远航。立足产业根基，柯桥时尚周作为核心引力场，持续汇聚全球设计巧思、潮流创意与新锐人才，让世界时尚资源在此落地生根；对话世界舞台，各大国际时装周“柯桥日”专场活动扬帆出海，将中国纺织的独特意蕴与产业硬核实力推向全球视野。

时尚产业承载的是美好生活。柯桥时尚周的成长轨迹，对应着柯桥时尚产业从无到有、从浅到深的进化。最初，它只是一个展示窗口，让本土企业看见设计的力量；随着全球设计师与机构陆续到来，它慢慢长成一个共创平台，来

自全球各地的设计师在这里与柯桥面料发生化学反应。近日，2026柯桥时装周（春季）以“光合”为主题，将三十余项活动从展馆延伸到古镇与山野，再一次展示出时尚已不再是舞台上的陈列，而是已经渗透到城市肌理之中，成为柯桥日常的一部分。

这股凝聚全球设计力量的共建之势，也为柯桥时尚产业迈向海外积蓄了充足底气。米兰时装周“柯桥日”，便是柯桥奔赴国际舞台的时尚窗口。米兰时装周“柯桥日”自2023年起连续三年登上米兰时装周官方日程，XUNRUO（熏若）、UNCODED等多位独立设计师品牌采用柯桥纺企的面料，在米兰时装周大放异彩，在异国展现出东方特色与柯桥时尚实力。

在国际舞台崭露头角之后，柯桥在国内主流时尚平台上的声量也持续放大。2024年，柯桥首次登上中国国际时装周的T台，“柯桥发布日”成为柯桥时尚产业“走出去”的又一重要窗口。2025年中国国际时装周上，中国轻纺城管委荣获“2025年度时尚产业推动奖”，多位经纬人才和柯桥本土设计师斩获行业重量级奖项。

从柯桥时尚周的全球资源汇聚，到米兰时装周、中国国际时装周的从容登场，柯桥时尚产业正逐渐完成从“面料输出”到“价值输出”的关键转身。一端汇聚全球资源，一端传递东方表达，柯桥不再只是世界纺织版图上的制造高地，更逐步成长为兼具产业厚度与文化辨识度的时尚开放高地。

品牌塑造：从面料说话，到价值发声

品牌是纺织时尚产业实现高质量发展的核心动能之一。柯桥时尚产业的品牌塑造，正从过往的规模优势，稳步转向价值驱动的高质量发展。在这一进程中，区域品牌“柯桥优选”与越来越多主动走上自主品牌之路的企业，形成了相互赋能、共生共荣的品牌生态，共同推动柯桥纺织朝着“国际前沿的高品质时尚中心”迈进。

根植于千亿级产业集群，“柯桥优选”作为柯桥重点打造的区域品牌，是柯桥纺织产业向时尚转型的重要里程碑。2025年，“柯桥优选”成功入选中国纺织服装品牌故事（区域品牌），以覆盖科技、时尚、绿色三大赛道的产品矩阵，逐步打破传统专业市场“有品无牌、有量无价”的长期痛点，引领柯桥纺织企业从“布料供应商”向“时尚解决方案提供者”华丽转身。

在2026柯桥春季纺博会“柯桥优选”展区，绍兴红酸枣纺织品有限公司集中展示了今年的获奖面料，并当场吸引了近10家采购商沟通调样。这家成立于2017年的企业，现已成为澳洲潮牌Gorman、国内知名设计师品牌乌丫等一线



潮牌的战略合作伙伴。今年是红酸枣纺织第二次入选“柯桥优选”，2款A类产品、3款B类产品斩获“优选时尚”称号。不久前，该公司负责人刘栋梁荣获2026年“柯桥十佳纺织面料设计师”，对他而言，面料设计师的身份让他得以从源头参与时尚创造，用面料本身去打动客户、定义品牌。

如今的柯桥，像红酸枣纺织这样具有品牌意识的企业越来越多，如专注竹纤维的金晨纺织、多次参与国家级体育赛事的乾雅纺织、荣获“中国名牌产品”的金蝉布艺……企业自主品牌建设正从单点突破走向系统推进，以面料为语言、以设计为驱动，建立起从产品研发、视觉体系到终端传播的完整品牌链路。

“十五五”期间，柯桥将全面升级世界布商大会，提升柯桥纺博会专业化与国际化水平，做强特色时尚会展，实施品牌发展战略，激活整体时尚氛围，形成一批知名品牌矩阵，打造具有全球辨识度和引领性的时尚IP，让“柯桥出品”不再只是品质背书，更成为一种风格选择与价值认同。

聚才成势：织就时尚新图景

人才是第一资源，创新的根本源泉在于人才，人才的聚合带来产业的良性发展。柯桥聚焦纺织时尚产业需求，以创意设计人才“经纬计划”为牵引，推动设计创意与本地产业集群深度融合，让人才在丰富的面料资源、完备的产业链条和活跃的市场需求中找到落地生根的土壤。截至目前，“经纬计划”已累计评选出174位高层次人才，落户柯桥67人，中国轻纺城内已落户设计师品牌70余个。

“经纬计划”入选者、穿布玩文化传播有限公司创始人金姝对柯桥的人才扶持深有体会。在她看来，这种扶持是立体的：科研层面，从“经纬计划”的创业支持，到政府对接参与清华大学中意设计创新基地项目，学术探索始终与产业前沿保持同频；产业层面，依托本地集群优势，她曾多次参与精准对接会，走进圣博纺织、联亨纺织等企业，将设计创意直接落地。金姝对此感受尤深，“他们对经纬计划人才非常开放，有设计需求就全力配合调样。”在她看来，这种从创意到落地的无缝衔接，正是柯桥最吸引设计人才的地方。

而设计师的扎根落地，也在持续反哺柯桥的时尚人才生态。金姝的另一重身份，是绍兴大学的一名教师。她将深入产业一线中积累的前沿设计案例、面料开发经验带进课堂，让教学始终与产业脉搏同频共振。这条从产业一线到教育现场的纽带，正是柯桥时尚人才生态良性循环的生动缩影。

在政策牵引之外，柯桥同样注重以赛事平台汇聚全球设计力量，让人才在亲身参与中感受柯桥的产业优势。近日在柯桥举办的2026第二届时装L'OFFICIEL杯与中国轻纺城国际设计大师赛决赛盛典汇聚了全球设计力量与行业权威嘉宾，用近百套高水准原创作品诠释时尚新表达。以赛为媒，越来越多海内外设计人才走进柯桥、了解柯桥，在千亿级产业集群的土壤中找到创意落地的可能，为当地纺织时尚产业注入更具国际化、商业化与先锋性的创新动能。

让世界从柯桥看见中国设计的力量，让东方美学在经纬之间拥有属于自己的当代表达。时尚周的引力汇聚，化为一次次跨洋远航的底气；一块块面料的品质坚守，铸就一个区域品牌的全球亮相；设计师们的落地扎根，带出众多新锐力量的集腋生长……柯桥的每一步进阶，都在重新定义一座纺织之城与时尚对话的方式。

在天然纤维“窄”门里，把面料“做活”

专访佐尚家 (ZUOSUN) 品牌负责人崔伟

■ 本刊记者_边吉洁 文/摄

在柯桥这个纺织产业集聚地，众多企业争相在产品创新上各显神通，层出不穷的新产品、新工艺不断搅动市场热潮。而佐尚家 (ZUOSUN) 品牌的负责人崔伟选择将目光锁定在纯天然、功能性针织与梭织面料这一细分领域，沿着一条差异化的路径，在喧嚣的竞争中走出自己的节奏。



崔伟

在崔伟的品牌布局中，佐尚家 (ZUOSUN) 承载着清晰的产业理念与初心期许。“ZUO”取“助力”之音，“助力科技时尚服饰面料”的寓意；“SUN”如初升的太阳，象征活力与新生。在他看来，品牌不是虚名，而是“真材实料、精益求精”的品质承诺。

依托这一品牌理念，佐尚家深耕天然绿色、功能多元的特色面料赛道，逐步构建起独具特色的产品版图。兰精天丝™、莫代尔、竹纤维、菠萝麻、牦牛绒、桃花纤维等一众兼具自然质感与优质性能的天然创新纤维，成为品牌核心研发与生产方向。面对外界的疑惑，崔伟的回应朴素而有力：“这是一条窄路，但走通了，就是宽途。”言谈间没有华丽的商业辞藻，更多的是对纤维、纱线、面料赤诚的热爱。

无中生有，与市场共创

相较于走量模式，做纯天然差异化纤维意味着更高的原料成本、更复杂的工艺磨合以及更不可控的市场反馈。崔伟的底气，很大程度上源自于山东的纱厂——那是他深耕十几年的“研发后院”。

在崔伟的逻辑里，纱线是面料的灵魂，掌握了差异化纱线的开发与供应，就等于掌握了产业链的核心“芯片”。“这些原材料的特性怎么用、怎么开，我心里有数。”正是这种上游的深度掌控力，让佐尚家在涉足高难度面料开发时，拥有许多纯面料贸易商难以企及的从容与底气。

在佐尚家的研发哲学中，“创新”从来不是闭门造车，而是一场以客户需求为导向的“无中生有”之旅。将模糊的创意通过纱线、织造、后整的反复打磨，最终落地为兼具质感与商业价值的面料——佐尚家“麻铜氨”系列的诞生，便是这一理念的生动注脚。

该面料的研发历经一年多，耗资超十万元。初衷是打造一款优质梭织面料，然而在反复试错中，却产生了一批风格独特的“不成熟”半成品。在2026Intertextile春夏面料展上，戏剧性的一幕发生了：这些中间品因其独特的质感与风格被众多客户一眼相中。

“原来有些标准，从来不是企业自己定的，而是市场定的。”这次意外认可，让崔伟坚定了“客户主导、共创开发”的模式。从自

带天然香气与浅粉色调的桃花纤维，到融入艾草、石墨烯的功能性产品，佐尚家每一款创新面料的驱动力，都源自下游品牌的真实痛点。

“客户有想法，我们就落地；客户有痛点，我们就解决。”例如一款无氨纶却兼具良好弹性的爆款面料，是为满足品牌方对绿色可持续的核心诉求，佐尚家选用赛得利云木纤™，依托纤维自身特性实现弹力与挺括、垂坠感的平衡，既摒弃了氨纶不可降解的环保缺陷，又保证了成衣的穿着体验。在崔伟看来，面料本就“千人千面”，唯有尊重市场、贴近需求，创新才能真正落地生根。

以纱养布，精准破局

差异化研发伴随着高昂的试错成本，单款面料动辄数万甚至十几万元的投入，结果却充满不确定性。面对这一行业共性难题，崔伟的解法务实且清晰：以纱养布。

自有纱厂的稳定运营，是佐尚家抵御风险的“压舱石”。多年积累的差异化纱线供应业务带来了持续稳定的现金流，为面料板块的高风险创新提供了资金弹药。从纱线延伸至面料跨度极大，染整、织造工艺均需从头钻研，但凭借对上游原材料的极致理解，佐尚家总能快速追溯并解决染整色差、织造疵点等难题。依托这种上游掌控力，佐尚家甚至能联动合作伙伴，在数天内完成从概念到样品的快速落地。

如今，佐尚家已构建起一个“自有纱厂+战略合作织厂+固定染整伙伴”的精准闭环。崔伟熟悉每一家合作方的工艺边界，能随时走进车间把控细节，实现了从原料到成品的全流程责任共担与品质共守。

面料的生命力，在时间里开花。谈及坚守这份事业的驱动力，崔伟用了一个生动的比喻：“就像养花，把濒临枯萎的花救活，养得枝繁叶茂，那种成就感比赚多少钱都珍贵。面料也是有生命的，从一团纤维、一根纱线，到一块被市场认可的质感面料，当听到客户说‘这东西真好’，所有的投入都值得。”

在浮躁与坚守并存的纺织业，佐尚家或许不是体量最大的企业，却代表了一种拒绝短视、不跟风不内卷的稀缺气质。崔伟和他的团队正用一块块饱含匠心的面料证明：在纯天然纤维的“慢赛道”上，甘愿做“无中生有”的长期主义者。而时间也终将这份创造与坚守，赋予最丰厚的回报。



Focus / 聚焦

新疆轻纺城架起柯桥纺织西行新桥梁

近日，阿拉尔纺织服装产业推介暨新疆轻纺城纺织产品采购对接会在新疆轻纺城综合性纺织品交易市场举行，来自浙江、江苏以及乌兹别克斯坦等地的80余名采购商走进市场，带着订单需求参观洽谈。

据了解，新疆轻纺城于今年4月完成验收，规划了交易区、服务配套区与仓储物流区三大功能板块，集交易展示、仓储物流、金融服务、数字赋能等功能于一体，并融合了电商直播、时尚展示等创新业态。其中，交易区设有281间营业房，汇聚了新疆本地的优质棉纱、坯布等原材料，以及来自柯桥的精品面料、时尚床品、品牌成衣等。市场还配套了金融结算、检验检测等综合服务，可为入驻商户提供全链条支持。

近年来，中国轻纺城正向着“世界级大市场”的目标加速迈进。作为中国轻纺城“走出去”建设的首个综合性市场，新疆轻纺城深度融入“一带一路”建设，构建了多元化的国内外市场链接路径。借助“公+铁+空”立体交通网以及霍尔果斯、吐尔尕特等多口岸联通优势，新疆轻纺城通过公铁联运通道辐射中亚、西亚及欧洲市场，已助力本地企业打入俄罗斯、哈萨克斯坦、沙特阿拉伯等国际市场。

同时，新疆轻纺城通过“柯新亚”跨境专线，构建起覆盖“柯桥—



对接会现场。

新疆—中亚”的多式联运大通道，打通了从柯桥到新疆阿拉尔、再通往中亚各国的高效物流网络。新疆轻纺城的建设，不仅是对供应链的纵向延伸，更是中国轻纺城从以内贸为主转向内外贸协同发展的关键突破口。

未来，新疆轻纺城将整合全链条的物流仓储能力，不仅为新疆企业提供集拼集运、供应链金融等一站式服务，也为柯桥企业提供低成本拓展西部及中亚市场的平台。(王耀祖)

中国轻纺城首个选品中心落地汉川

近日，在2026汉川市服装产业发展大会现场，中国轻纺城汉川选品中心正式启幕。汉川选品中心作为中国轻纺城在国内开业的首个展销中心，精准搭建了轻纺城源头资源与汉川制造产能的对接桥梁，也是中国轻纺城打开中部地区服装市场的重要落子。

据了解，汉川市是全国规模最大的缝纫线产业集群和全国集中度最高、品类最全、综合加工能力最强的服装制造基地之一，其中，汉川服装企业使用的面料中，超过60%来自柯桥。此次开业的汉川选品中心，展厅面积300余平方米，集中展示了4000余款来自柯桥的精品面料，包括羽绒服面料、男裤面料、休闲裤面料、印花女装面料以及功能性户外面料等。现场还举行了柯桥面料时尚发布秀，天丝、醋酸等数千款轻纺城精品面料通过T台展示，让汉川企业近距离感受时尚前沿趋势。

值得一提的是，首次亮相于柯桥春季国际纺博会的“AI布”3.0，也在汉川选品中心正式启用，实现“秒量体、即刻试衣”的沉浸式定制体验，其四大核心智能体“服装定制、好布智配、优商甄选、面料视创”将助力汉川纺织服装产业发展提质增效。据统计，该中心自3月试运营以来，已完成7万余款面料数字化建档，预计10月将突破20万款，为企业选品提供丰富资源支撑。

今年4月，中国轻纺城—苏豪时尚达卡展览中心在孟加拉国达卡正式开业，至此，中国轻纺城集团“国内+海外”双线并进的展览中心布局已从蓝图走向现实。中国轻纺城集团相关负责人表示，未来，中国轻纺城还将加快哈萨克斯坦、埃及等海外展览中心建设，进一步畅通出海通道，为中国轻纺城带来发展新动能。(唐小狄)

2026中国时尚面料设计大赛在柯桥启幕

日前，2026中国时尚面料设计大赛在绍兴柯桥正式启动。作为中国纺织行业极具权威性的国家级专业赛事，本届大赛持续推动面料美学质感、材料功能、织造工艺与市场需求协同发展，构建时尚创新新生态。

据介绍，大赛自2017年举办以来，已成为行业设计创新的重要平台，也是柯桥以设计赋能产业转型的生动实践。本次启动发布会围绕年度规划，详细解读了赛事征集范围、评审标准、赛程安排、奖项设置及成果转化推广等环节。为助力优质面料走向市场，大赛将整合行业资源，通过展会展示、品牌对接、全媒体矩阵宣传等形式，提升获奖产品的行业曝光度与市场影响力，推动设计灵感转化为产业价值。

本届大赛与赛得利集团共同设立“优可丝®云木纤™市场应用奖”“优可丝®纤柔市场应用奖”“莱赛尔市场应用奖”，覆盖多个细分赛道，推动低碳材料与时尚设计深度融合。同时继续设立“中国轻纺城创新产品单项奖”，助力柯桥本地企业展现创新实力，搭建更广阔的市场推广平台。目前产品征集已启动，截止日期为7月10日。

同期举行的“时尚面料创新·轻享沙龙”上，来自产业链各领域的专家围绕纺织行业绿色发展、前沿趋势、消费需求等议题展开分享，为企业产品开发与创新布局提供了清晰的方向与可落地的实践方案。三川纺织、迈媛纺织、佰森纺织等柯桥企业的45位代表积极参加，并在互动环节中积极交流。

多年来，大赛有效构建起产业链上下游联动的时尚创新体系，深度赋能柯桥纺织产业升级。柯桥正以强化时尚载体建设、加快产业数字赋能、提升优势平台价值为抓手，全面推动时尚创意产业迈向更高质量的发展新阶段。(边吉洁)



会议吸引 300 余位嘉宾代表共话产业发展。

三十而立风正劲，智启新程谋远篇

山东省纺织服装行业协会第六届会员大会举办

■ 本刊记者_万晗

5月19日，山东省纺织服装行业协会第六届会员大会暨第六届第一次理事会在烟台召开。值此协会成立三十周年与“十五五”规划开局之年，本次大会汇聚了中国纺织工业联合会、烟台市及其他地市工信局、各地方行业协会负责人，以及来自山东省的近300家会员单位代表，共同擘画山东纺织服装产业高质量发展新蓝图。

中国纺织工业联合会相关部门领导、山东省纺织服装行业协会领导，以及来自鲁泰纺织、泰和新材、南山智尚、山东岱银、魏桥集团、迪尚集团、坦博尔、华纺股份、希努尔男装、大染坊、山东鸿天、华宇集团、即发集团、仙霞服装、青岛百草、联桥集团、青纺联、威海拓展、济南元首等全省近300家会员单位的代表共襄盛举。

本次大会的顺利召开，收到了中国纺织工业联合会共计19家专业协会、行业机构以及浙江、江苏、广东、福建、河南、辽宁、四川、安徽、湖南、湖北、山西、陕西等兄弟省份行业协会发来的贺信。

五年回望，重塑产业根基

大会伊始，烟台市工业和信息化局党组书记、局长张宏致欢迎辞。他介绍了烟台拥有海阳毛衫、龙口家纺等国家级产业集群，并培育了泰和新材、南山智尚等龙头企业的产业基础，希望省协会继续赋能烟台，共同推动产业向价值链高端攀升。

山东省纺织服装行业协会轮值会长、鲁泰纺织股份有限公司董事长刘子斌在致辞中回顾了行业过去五年攻坚克难的历程。他指出，山东纺织服装业营收利润稳居全国前列，纱、布产量领先，数字化转型覆盖率超95%，22个国家级产业集群根基牢固，绿色发展趋势显著。他相信新一届理事会将凝聚全省力量，续写山东纺织新篇章。

山东省纺织服装行业协会党支部书记、副会长王森代表第五届理事会作工作报告。过去五年，山东纺织服装产业成功实现了三大根本性转变。一是从“要素驱动”向“创新驱动”跃迁，研发投入

持续加大，规上企业数字化转型覆盖率突破95%。二是从“制造大省”向“体系强省”跃迁，纱、布产量分居全国第一、二位，22个国家级产业集群构成完整产业体系，韧性显著增强。三是从“产品输出”向“价值输出”跃迁，区域品牌与本土品牌影响力持续扩大，产业价值向中高端稳步迈进。

她表示，面向“十五五”，山东纺织服装产业要以“一核双翼三基”擘画未来蓝图：产业确立了以发展新质生产力为核心引领的战略总纲。具体路径体现为“双翼驱动、三基支撑”：“双翼驱动”即依靠科技创新与时尚创意双向赋能，前者聚焦新材料突破、深化“AI+制造”与标准引领，后者深耕“新国潮”、培育设计力量、打造时尚地标。“三基支撑”则指夯实三大发展基石——推动产业集群从“物理集聚”向“有机生命体”跃升；构建需求牵引的供应链协同创新生态；以及践行以绿色制造、循环经济为核心的可持续发展道路，全力推动山东从纺织大省迈向纺织强省。

新程启航，构建协同生态

经选举，王森当选为新一届理事会会长。在履新讲话中，王森诚挚表达了对上一届会长以及全体会员的感谢，并深感使命光荣、责任重大，她表示，站在协会三十周年的新起点上，必将与全体同仁一道，携手开创山东纺织服装产业更加璀璨的未来。

她明确提出将在五个方面重点发力：一是“铸魂”，传承和弘扬优秀的实业家与工匠精神；二是“固本”，坚定不移地践行绿色、可持续发展理念；三是“强链”，深化产业链内外的协同与融合；四是“提质”，全面提升现代企业的管理效能与竞争力；五是“启智”，紧抓数字经济机遇，推动人工智能等前沿技术在生产、设计、营销等环节的落地应用。

山东魏桥创业集团有限公司、迪尚集团有限公司、山东岱银纺

织集团股份有限公司、坦博尔集团股份有限公司、华纺股份有限公司、山东希努尔男装有限公司、淄博大染坊丝绸集团有限公司、山东鸿天投资集团有限公司、济南市华宇（集团）总公司、青岛即发集团股份有限公司、山东仙霞服装有限公司、百草未来材料健康科技（青岛）股份有限公司、威海市联桥国际合作集团有限公司当选新一届理事会副会长单位，张宇宁任秘书长。

山纺服协严格按照省委社工部对于特聘人员的规定，聘任山东省纺织服装行业协会原会长刘建国，青岛大学原校长夏东伟，山东省智库决策咨询专家、济南大学教授葛金田为省协会专家顾问。大会现场还举行了一系列重磅战略合作签约仪式，彰显了山纺服协推动产业开放共赢的务实姿态。

山纺服协先后与中捷缝纫科技、《纺织服装周刊》杂志社、浙江金晟纺织、临沂瑞发、美机科技等产业链优质伙伴，广州春晓科技、山东汇智衣等智能制造服务商，中国欧洲经济技术合作协会、米奥兰特国际会展、西默会展会务集团等7家境内外知名会展机构携手，在产业上下游对接、智能制造服务、商贸出海等方面共建高效协同的产业生态。

会上，“山东省纺织服装行业协同发展行动”正式宣告启动，联合来自济南、青岛、潍坊、烟台、泰安、威海、滨州、枣庄、聊城、济宁各地（商）协会代表齐聚一堂，意在打破区域壁垒，凝聚全省之力，实现“全域协同、整体跃升”的发展新格局。为破解企业接单难、对接慢、信息不对称等问题，山纺服协成立了山东省纺织服装行业协会订单中心。订单中心汇聚了国内3000家外贸公司、贴牌工厂等，精准解决外贸找厂、工厂接单、供应链合作痛点。未来，订单中心将继续发挥平台作用，通过数字化手段，融合线上、线下平台，打造“永不落幕的展会”，更好地为行业服务。

会议期间，中国纺织工业联合会研究室主任华珊分析了“十五五”发展重点，指出行业在“科技、时尚、绿色”之外新增“健康”维度，

应通过人工智能融合、文化创意赋能等方式提升产业价值。北京市瑞银律师事务所王涛律师则聚焦国际贸易风险，建议企业建立预警机制、规范经营、积极应对贸易调查，并审慎进行海外布局。

新智为笔、科技与时尚为墨，共绘未来画卷

会议最后，中国纺织工业联合会副会长陈大鹏作总结讲话。他指出，中国纺织服装行业正经历向“科技创新型”和“文化创意型”产业系统跃迁的关键时期。行业必须回答好如何通过数字技术实现转型、通过文化创意实现价值升维、通过可持续发展构建新产业文明这三个历史性问题。

他对山东产业提出三点期望：要“眼向大处看”，洞察全球大势；要“路向宽处走”，在巩固制造优势的同时开拓科技、品牌、绿色、国际合作新疆域；要“品向高处立”，将齐鲁文化转化为时尚语言，打造有文化信念的高品质品牌。他强调协同创新是关键生产力，并相信山东产业将为全国高质量发展贡献强大力量。

大会同期，由山东省纺织服装行业协会、烟台市纺织服装行业协会、西默会展会务集团联合举办的2026中国烟台国际面料辅料线、服装贴牌、缝制设备展览会正式开幕。

为期3天的展会涵盖面料辅料线、服装贴牌、家纺户外、原创设计、缝制设备、产业集群六大主题展区，携手海内外300余家优质展商带来前沿产品亮相，展示从纱线、面料到缝制、成衣各环节的新产品与新工艺。该展会不仅为产业链上下游搭建了高效的对接平台，更为山东纺织服装产业洞察全球趋势、汇聚创新资源、加速价值跃升注入了强劲动能。

站在三十周年的新起点，承载着厚重历史与宏伟蓝图，山东省纺织服装行业协会在新一届理事会的带领下，正凝聚起全省产业的磅礴力量，以新质生产力为笔，以科技创新与时尚创意为墨，共同绘制一幅从纺织大省迈向纺织强省的壮丽画卷。TA

300 余家优质展商 在烟台展示全产业链创新成果

5月19—21日，由山东省纺织服装行业协会、烟台市纺织服装行业协会、西默会展会务集团联合举办的2026中国烟台国际面料辅料线、服装贴牌、缝制设备展览会于烟台南山国际博览中心举行。展会以“智汇烟台·织就非凡”为主题，吸引了进出口公司、生产企业、电商、行业商协会、主流媒体以及行业同仁的广泛关注与积极参与。展会现场展商云集，各界嘉宾齐聚一堂，共同见证了这一汇聚前沿技术与产业智慧的年度盛会。

展会涵盖面料辅料线、服装贴牌、家纺户外、原创设计、缝制设备、产业集群六大主题展区。海内外300余家优质展商携前沿产品亮相，展示从纱线、面料到缝制、成衣各环节的新产品与新工艺，全面呈现了纺织产业链的协同创新成果。

展会开幕当日，相关领导走进展会现场展开深入交流，询问企业的产品研发、科技创新、市场拓展及智能化生产设备应用等情况，听取企业在海外市场开拓、绿色转型实践与时尚创意设计等方面取得的成果，了解最新行业动态与纺织技术新成果。

展会汇集海内外服装供应链优质企业，国内外一线品牌、原材料源头厂商纷纷将目光瞄准本次展会。博览会不仅为参展商提供了一个展示自身实力的舞台，也为采购商提供了寻找合作伙伴、拓展市场的绝佳机会。面料辅料线、服装家纺、制衣设备、产业

集群全产业链集结，奏响了纺织服装行业高端化、智能化、绿色化的最强音。

由山东省纺织服装行业协会、西默会展会务集团联合组织，现场举办智能制造论坛培训、纺织服装产业出海圆桌论坛、烟台绮丽专场对接会、拓森集团专场对接会、纺织服装出口贸易发展态势、西默纺织系列展烟台研学、鲁贸全球战略合作签约等精彩活动，通过高效的商贸对接和多元化行业活动，赋能纺织服装行业高质量发展。

为实现更好的商贸对接效果，山东省纺织服装行业协会联合西默会展会务集团成立协会订单中心，目前已吸纳会员单位3000余家。订单中心定期举办服装订单对接会，2026年正式上线订单中心小程序，为会员企业解决承接订单、外发订单、原创设计、面料采购、设备采购、展览会等难题，助力产业对接、品牌升级、订单落地。

山东省纺织服装行业协会还联合青岛西默会展境外展事业部助力企业出海，在展会期间与中欧协会、米奥兰特、北京莫斯特、上海追越、青岛启盛龙、上海泰英达成成功签订战略合作协议，将带领会员企业走进东南亚、日本、韩国、欧美、俄罗斯、非洲、中东地区的展会，出国门、拓市场、抢订单。（万晗）TA

一座滨海小城的“织造密码”

从山东海阳第九届毛衫艺术活动看区域发展新动能

■ 本刊记者_徐长杰

一座无原料禀赋、无先天产业根基的滨海小城，何以用五十年光阴，织就享誉全国的毛衫产业版图？从零散家庭作坊起步，如何培育出行业标杆品牌，在全国毛衫产业集群占据一席之地？其差异化发展重点与核心特色，又藏着怎样的县域纺织产业突围密码？

5月23—24日，山东海阳第九届毛衫艺术活动举行。借此机会，我们实地探寻这座滨海小城毛衫产业的半世纪发展历程，解码其产业崛起逻辑，揭秘其独树一帜的产业发展路径与核心竞争力。

本次毛衫艺术活动聚焦毛衫产业时尚化、高端化、品牌化、数智化发展方向，集中展现海阳毛衫在设计创新、智能制造、绿色发展、产教融合等领域的最新成果，搭建产业交流、资源对接、合作共赢的优质平台，为区域纺织服装产业高质量发展注入新动能、增添新活力。

擘画产业新蓝图

开幕式上，海阳市委常委、副市长梁景俊致辞表示，目前海阳全市拥有500余家骨干企业、5000余家加工户，3万余台电脑横机昼夜不息，年加工毛衫超4.5亿件，带动就业近10万人。他指出，没有落后的产业，只有落后的思维，只要找准赛道，传统产业同样可以是培育新质生产力的重要阵地。当前，海阳毛衫正加速转型升级，产品场景持续拓宽、产业跨界融合提速，逐步实现从规模代工向品牌价值升级。此次活动将进一步疏通产业发展堵点，优化产业生态，助力海阳毛衫产业迈向高质量发展新征程。

山东省纺织服装行业协会党支部书记、专职会长王森在致辞中表示，海阳毛衫是山东纺织服装产业的一面旗帜，更承载着传统产业向新质生产力跃迁的示范意义。省协会已正式启动了山东省纺织服装产业协同发展平台，接下来将联合海阳毛衫协会依托数字化、AI设计等技术提升产品附加值，培育跨境电商新业态，布局“一带一路”新兴市场，共建标准提升行业话语权。对此，她提出三点建议，一是向制造要效率，让数字化从单点应用走向全面协同；二是向品牌要价值，形成海阳毛衫区域品牌；三是向协同要空间，与兄弟集群深度合作，形成“海阳制造+全省配套+国际销售”的新格局。

中国纺织工业联合会副会长杨兆华致辞时指出，经过近五十年深耕发展，海阳毛衫产业已构建起集设计研发、智能制造、品牌运营、市场拓展于一体的完整产业链条。近些年，海阳毛衫积极融入“双循环”新发展格局，从大数据驱动到全链条数字化管理，以工业4.0的智慧重塑生产逻辑，向着“万物可织、无限未来”的目标阔步前行。中国纺织工业联合会将一如既往地关心和支持海阳毛衫产业发展，在科技创新、品牌建设、市场开拓等方面倾力做好服务保障。与此同时，他还对海阳毛衫产业的发展提出几点建议：坚持数智驱动，锻造智造新优势；强化品牌引领，提升价值新高度；深化内外联动，开拓市场新空间。

共探发展新路径

海阳市华洋工艺品有限公司总经理马驯译以“从供应链到品牌”为题进行主题交流。他认为，品牌不只是名称与标识，更是消费者心中的认可与信赖，清晰定位、稳定品质、内容传播与用户信任共同构成品牌核心。新时代下制造业企业发展，不能仅局限于接单生产，亟需挖掘产品价值，推动产业从单纯制造向品牌化方向进阶。企业的经营思维也需随之转变，聚焦穿搭场景、使用体验等实际消费需求，贴合市场打造产品。他同时提出，当下，人工智能技术能够为中小企业品牌发展提供助力，企业可以借助AI完成产品制图、视频制作等工作，打通生产端与市场宣传端的隔阂，把工艺优势转化为市场竞争力。



与会嘉宾见证“山东海阳第九届毛衫艺术活动”启动。

烟台工程职业技术学院文化创意系党总支书记陈健以“产教融合赋能毛衫产业 匠心育人共筑海阳未来”为题介绍称，烟台工程职业技术学院以产教融合、匠心育人为核心，为海阳毛衫产业转型升级注入强劲职教动能。学校与亚琦纺织、锦源企业等骨干企业深度协同，共建实训基地、引入生产设备，推行“招生即招工、入学即入企”的实景化育人模式，此外，学院还面向企业开展“菜单式”技能培训与联合技术攻关，聚焦工艺优化、设备升级、成果转化，以精准服务激活产业创新活力。

中国纺织工业企业管理协会副会长、中国纺联产业集群工作委员会副主任兼秘书长张海燕围绕“十五五”时期纺织产业跃升新图景进行交流，向与会代表系统梳理了纺织行业坚实的发展基础。面向“十五五”时期，她描绘了四大跃升新图景：一是国际领先的科技创新体系，突破纤维新材料与循环技术；二是价值引领的创新时尚产业，推动数智赋能与自主品牌培育；三是全生命周期的绿色产业体系，完成碳达峰并提升循环利用；四是适配人民幸福的健康纺织产业，开辟生命健康、职业防护等新场景。四大图景，让与会嘉宾看到了纺织行业未来可期的底气和奔头。

海阳市针织毛衫行业协会常务副会长兼秘书长刘炳国在会上发布了“海阳毛针织产品创新征集活动”。活动面向海阳市范围内注册的针织毛衫品牌企业、生产加工企业、设计机构及个人，设置功能性服装应用类、非服装应用类和文创应用类三大类别。征集历时一年，将在第十届海阳毛衫艺术活动期间举行颁奖及作品动态发布。

海阳文旅集团运营建设部部长刘焘进行了“海阳毛衫展销中心”启动发布。

来自中国纺织工业联合会、海阳市、烟台市工业和信息化局的领导嘉宾出席活动，同时还有来自产业集群地区、专业市场负责人，行业专家学者，院校师生，重点企业代表及媒体记者共同参加开幕式。

开幕式后，活动现场同步上演海阳毛衫品牌走秀，机器人与模特同台展示智能针织新品，集中呈现海阳毛衫企业的原创设计与品牌风貌。与会领导嘉宾还先后参观了海阳毛衫产业创新展厅与海阳毛衫展销中心，近距离体验毛衫在多领域的创新应用，感受产业发展新活力。

海阳将以此次活动为契机，持续做强毛衫特色产业，深化跨界融合与协同创新，不断提升产业能与品牌价值，全力打造全国知名的毛衫产业创新高地、时尚高地、智造高地。TA

全链赋能推进毛衫产业升级

2026 海阳毛衫产业供应链创新发展交流活动举办

■ 本刊记者_徐长杰

历经四十余年积淀，海阳毛衫已培育超百家骨干企业，构筑起全链条支撑的雄厚根基。面向“十五五”高质量发展新征程，如何以新质生产力激活产业潜能、推动供应链全要素融通与全链条高效协同，进一步提升“海阳毛衫”区域品牌影响力，实现从“制造端”向“价值链”跃升，既是时代之问，更是转型之要。

5月23日，以“全链赋能·聚势共赢”为主题的2026海阳毛衫产业供应链创新发展交流活动在山东海阳第九届毛衫艺术活动期间召开。来自全国毛衫产业链上下游重点集群地区、纺织服装专业市场负责人及重点企业代表，优秀设计师、电商平台及新闻媒体代表等出席了本次活动。

本次活动由中国纺织工业企业管理协会主办，中国纺织工业联合会产业集群工作委员会、中国纺织工业联合会流通分会、海阳智慧城市服务有限公司支持，中纺企协供应链管理专业委员会、中纺企协数智化管理专业委员会、海阳市针织毛衫行业协会承办。

锚定升级方向，凝聚发展共识

海阳市工业和信息化局党组书记梁延军致辞表示，海阳因海而生、因产而兴。毛衫产业作为海阳市支柱产业、富民产业、特色产业，已形成集设计研发、智能制造、品牌运营、市场拓展于一体的完整产业体系。当前全球产业链供应链加速重构，消费需求持续升级，绿色低碳和数字经济浪潮深入推进，传统以加工制造为主的发展模式，正在向更加高效协同、更具创新能力的现代产业体系加速转变。海阳市工信局将一如既往当好“服务员”，在政策扶持、要素保障、营商环境上持续用力，推动每一项合作意向落地生根、开花结果。

海阳毛衫的发展历程，是供应链从“被动执行”向“主动赋能”转型的生动实践。中国纺织工业企业管理协会副会长、中国纺联产业集群工作委员会副主任兼秘书长张海燕致辞表示，多年来，海阳以科技创新为引领，通过生产端的数字化改造实现了柔性智造，通过集群内部的协同整合实现了资源高效配置，通过品牌化延伸实现了价值链的增值重构，展现了传统产业集群破局重生的蓬勃活力。

面对发展新机遇，毛衫产业供应链创新是必答题而非选择题。为推动行业高质量发展，她提出四点建议：以“数智融合”重塑供应链效率、以“绿色低碳”重构供应链价值、以“协同共赢”重构供应链生态、以“开放合作”重构供应链格局。

洞察行业趋势，指引全球布局

今年一季度我国纺织行业开局平稳，内销市场稳步回升，外贸稳中承压、展现强劲韧性。中国纺联国际贸易办公室主任、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长张涛在题为《我国纺织行业国际化发展现状与趋势展望》的主旨报告中指出，当前全球经济与贸易增速放缓，外需整体疲弱，贸易壁垒持续增多，行业全年保持平稳运行的压力依然突出。我国纺织行业对外投资合作稳中有进，2013至2025年累计对外直接投资超150亿美元，在东南亚、非洲等区域形成协同发展布局。立足“十五五”发展新阶段，中国纺联将始终致力服务企业开展高质量的对外贸易与投资合作，搭建促进国际贸易投资合作优质平台，加速构建安全高效的国际供应链体系。

当前，我国纺织服装企业在全球供应链尽责立法加速落地下面临合规压力。中国纺联社会责任办公室高级研究员王静在《链接价值 开放式协作推动时尚产业可持续转型》主旨报告中提到，品牌企业呈现“提前合规型”“积极应对型”“被动应对型”三种尽责管理模式，供应商虽具备强烈的尽责管理意愿，实际能力仍存在明显短板。为促进行业企业



会议现场。

可持续尽责，中国纺联正以CSC9000T为核心，联动国际组织与头部品牌，发布尽责管理指南、供应链应对手册，推进家庭友好企业、公正转型等实践，以开放式协作补齐能力缺口、提升供应链韧性，助力全行业在合规与可持续发展中实现高质量转型。

从制造到智造，海阳毛衫的跃迁密码

数智化浪潮下，传统毛衫产业在生产排程上仍较多依赖人工经验，信息化覆盖程度不高，过程管控与数据沉淀能力有待加强。对此，飞榴科技联合创始人&CPO刘珂以《数智化时代毛衫供应链的协同升级路径》为题指出，飞榴科技通过打造全链路协同平台，实现了数据实时采集与在线协同，极大提升了工作效率。其中自主研发的“针聪明”智能数字化系统，依托飞天大模型与强化学习算法，构建了设计、商品、营销、供应链一体化智能体，实现了从创意设计、柔性生产到全球渠道销售的闭环服务。

设计创新的核心是深度思考与研究，好创意要做减法，以深厚积累实现简约高级。中国十佳时装设计师、牧人诗集品牌创始人兼设计总监韩琪以《设计创新 效能迭代》为题，结合十余年行业经验分享了服装设计的创新路径与产品迭代思路。他以品牌实践为例，指出品牌一定要坚守产品品质，聚焦面料研发与供应链协同，倡导品牌与企业开展小单量联合开发，以差异化、高品质实现高效迭代，用持续创新为设计赋能。

新消费时代，品牌企业如何实现从“生产执行者”到“价值共创者”转型。青岛吉美誉服饰有限公司董事长、即墨中小企业商会会长刘云峰以《品牌视角下服装企业供应链的协同与提质》为题给出答案。他指出，当前服装行业消费端呈现个性化、国潮崛起、渠道多元等特点，供应链端则面临高库存、慢反应、低协同等问题，二者存在明显落差。这一矛盾源于品牌与工厂信息流滞后、经营思维错位。企业供应链需顺应市场变化，落地小单快反、一件代发模式，平衡品质、柔性生产与成本管控。他建议依托业态创新与数字化改造，搭建品牌联动毛衫产业集群的协作体系。

本次交流活动的成功举办，于企业，是链接优质资源、拥抱数智变革、强化协同配套、抢占市场先机的赋能之机；于海阳，是夯实产业龙头地位、擦亮区域品牌名片、铸就全国毛衫创新高地的战略之举；于行业，是探索纺织产业集群向时尚化、智能化、国际化跃迁的破题之路，更为中国纺织服装产业高质量发展贡献了可复制、可推广的“海阳方案”。TA



60位“新人奖”入围选手以精心打磨的作品展现了Z世代的审美与态度。



与会领导嘉宾为获奖学生、教师颁奖。

青春造浪，创意新生

2026 中国国际大学生时装周收官

5月20日，当浪漫与创意碰撞，当热爱与专业相逢，一场属于青年设计师的巅峰对决为2026中国国际大学生时装周圆满收官！备受瞩目的第31届时装设计新人奖终评重磅来袭，来自全国52所院校的新锐设计力量齐聚于此，用天马行空的创意、贴合当下的设计语言，展现Z世代设计师对东方美学与当代时尚的独特解读。

作为链接院校教育与产业需求的核心平台，本届新人奖自启动以来便收获全网关注，覆盖全国26个省、市、自治区，吸引105所专业院校的优秀学子踊跃参与，858份参赛作品承载着新生代设计师的梦想与思考，作品蕴藏着独属于Z世代的审美与态度。经过初评阶段的严格遴选，60位设计新星脱颖而出，从海量佳作中成功突围，拿到了终评的“入场券”，展开了一场实力与创意的终极比拼。

终评评委团由中国服装设计师协会副主席武学凯，歌力思集团总裁、CEO王笃森，赢家时尚集团PR总监徐志东，森马服饰设计创意高级总监黄华琳，雅莹品牌设计总监陈曦，中国服装设计师协会海归设计师俱乐部副主任、MASHA MA品牌创始人Masha Ma，2023年度最佳女装设计师、JUMPER ZHANG品牌创始人兼艺术总监张鹏，2024年度最佳男装设计师、山谷少年品牌创始人兼设计总监李文杰组成，他们秉持客观公正的态度，通过命题设计、立裁考试、现场答辩等环节，全方位考核参评选手的综合实力。最终评选出2026中国国际大学生时装周人才培养成果奖、2026高校时尚教育成果展视觉设计奖、2026中国国际大学生时装周专项奖以及第31届时装设计“新人奖”、第31届时装设计新人奖“优秀指导教师奖”、2026年度时装设计“育人奖”。

一场实力与创意的终极比拼

终评现场，60位入围选手围绕《2026/2027秋冬成衣流行趋势提案》的核心命题，携精心打磨的作品登台亮相，他们结合当下消费趋势与审美风潮，把图纸上的创意转化为立体鲜活的成衣。60套服装以不同材质碰撞、新颖剪裁手法和多元文化表达，呈现出一场兼具创意活力与人文温度的视觉盛宴。

最终，周玉清(清华大学美术学院)、黄莹(江西服装学院)、孙宇轩(上海视觉艺术学院未来设计学院)、谭敏俐(广东白云学院国际时尚设计学院)、张新怡(浙江理工大学服装学院)、周欣月(中国美术学院时尚设计学院)、孟令宜(大连工业大学服装学院)、谢耀威(武汉纺织大学服装学院)、郭怡蕊(湖北美术学院时尚艺术学院)、王子菁(东华大学

服装与艺术设计学院)荣获第31届时装设计“新人奖”。

肖文陵(清华大学美术学院)、陈龙、付志臣(江西服装学院)、杨天奇(上海视觉艺术学院未来设计学院)、范颀晖、黄淑娟(广东白云学院国际时尚设计学院)、李琴、蒋彦(浙江理工大学服装学院)、孔越(中国美术学院时尚设计学院)、孙林、任晟萱(大连工业大学服装学院)、黄李勇(武汉纺织大学服装学院)、姜晓曦(湖北美术学院时尚艺术学院)、安博(东华大学服装与艺术设计学院)荣获第31届时装设计新人奖“优秀指导教师奖”。

清华大学美术学院、江西服装学院、上海视觉艺术学院未来设计学院、广东白云学院国际时尚设计学院、浙江理工大学服装学院、中国美术学院时尚设计学院、大连工业大学服装学院、武汉纺织大学服装学院、湖北美术学院时尚艺术学院、东华大学服装与艺术设计学院荣获2026年度时装设计“育人奖”，为本届评选画上圆满句号。

青年兴则行业兴，青年强则产业强

自1995年新人奖设立以来，这一平台始终以“育新人、兴产业、传文脉”为初心，构建起从院校培育、赛事遴选到产业赋能的全链条扶持体系，打破院校教育与产业实践的壁垒，为年轻设计师铺就成长阶梯——不仅通过严苛评审发掘兼具创意与潜力的新锐力量，更借助中国服装设计师协会“未来之星”计划延伸资源，为获奖选手提供资源对接、商业落地等全方位支持，让每一份年轻的设计热爱都能找到生根发芽的土壤，让每一个创新的设计理念都能转化为推动行业发展的实际动能。

三十余载深耕不辍，一批又一批优秀青年设计师从新人奖的舞台走出，褪去青涩、成长为中国时装行业的中坚力量，用实力诠释着青年设计的无限可能与时代担当。

从问鼎时装设计“金顶奖”的陈龙，到深耕原创设计、打造个人品牌的最佳男装设计师李文杰，从助力非遗活化、推动东方美学走向世界的十佳时装设计师边惠中，到立足产业集群、推动行业迭代升级的十佳

时装设计师孙德春，新人奖培育的人才遍布行业各个领域，成为推动中国时尚产业高质量发展的鲜活注脚。他们中，有人将传统非遗技艺与当代潮流巧妙融合，让老手艺焕发新活力；有人聚焦绿色可持续设计，回应时代发展需求；有人深耕本土文化，用设计语言讲述中国故事，推动中国原创走向国际舞台。

这些从新人奖走出的优秀设计师，不仅实现了个人设计理想的跃迁，更以青春之力赋能产业升级、传承文化根脉，印证了新人奖作为青年设计人才“孵化器”的重要价值，也彰显了中国时装产业人才培养体系的丰硕成果。

多元创想焕新传统时尚

2026中国国际大学生时装周期间，在地文化与非遗日常化成为青年设计群体最为集中的创作命题，大量毕业生选择从本土文化根脉中汲取创意养分，让沉淀千年的非遗技艺以生活化的新面貌走入当代日常。

燕京理工学院、鲁迅美术学院、福州外语外贸学院艺术与与设计学院等众多院校的青年设计师们深入挖掘技艺本身的美学特质与实用价值，探索非遗融入现代生活的多元路径。

苏州大学艺术学院、湖北美术学院、中华女子学院、云南艺术学院、昆明学院、内蒙古工业大学等众多院校对在地文化进行深挖与重构，既让非遗获得了符合当代审美的新表达，也为本土文化元素建立起独特的时尚标识，展现出青年一代对中华优秀传统文化的自信与创新传承的自觉。

东北电力大学与大连工业大学分别以大冬会及全国冬运会为背景，提取冰雪运动文化中的地域美学元素，将东北地域的非遗手工艺与现代运动服饰需求结合。

深圳大学、浙江理工大学等众多院校从AI赋能的设计探索到人文精神的深度融汇，顺应时代潮流，在跨界实践与产业探索中锻造面向未来的设计思维。

上海视觉艺术学院、四川美术学院、大连艺术学院等众多院校聚焦现代视觉与可持续设计，以简约先锋的视觉构图、环保再生材料实验与循环结构创新，探索时尚与生态共生的未来路径。

此外，15家院校带来毕业生设计作品云发布。东华大学等多所院校以科技为主题，以数字新潮形式展现原创设计魅力，彰显产教融合下文创设计与数字科技相融的育人成果。

赋能青年设计师长效成长

本届大学生时装周时尚讲坛板块紧扣“新质赋能·产教共生”主线，围绕时尚教育、设计实践、学术成长及职业发展四大核心领域，汇聚国内外行业领军专家、高校资深学者与青年设计新锐，共举办7场高水平特色活动，搭建起跨界交流、思想碰撞、共建共享的优质平台。

讲坛现场金句频出、共识凝聚。“产教融合与实践创新”高等院校教学实践交流会中，中国美术学院时尚设计学院副院长凌雅丽提出，未来时尚教育不仅是培养设计师，更是构建完整时尚生态；在学术启航——服装设计论文写作核心指南中，浙江理工大学服装学院院长、“长江学者”特聘教授崔荣荣指出论文选题需紧跟时代与行业热点，兼具前瞻性及多重研究价值；在中国服装设计师协会标准化技术委员会成立大会上，专家们聚焦原创保护、品质评价、非遗活化、数字时尚、绿色设计等领域，



与会领导为获奖院校代表颁奖。

制定行业团体标准，规范行业秩序。

同步开展的时尚「e」课堂全程开放互动通道，导师们聚焦IP联名爆款密码、插画情绪赋能、AI+营销、时尚新职业图鉴等行业前沿热点，以理论与案例结合的形式，带来一系列干货满满的知识盛宴，实现了秀场展示之外的思想赋能与价值引领。

时装周期间，高校教育成果展、Style3D特展、润华奖艺术节30周年巡展系列活动集中亮相，全方位陈列各院校在人才培养、技术研发、创意孵化、赛事实践中的丰硕成果。

本届时装周还持续深耕产教融合、校企协同核心赛道。组委会通过搭建院校与产业之间的对接平台，汇聚供应链企业、服装品牌等行业机构，开展校企洽谈、人才双选、项目孵化等专项活动。“织梦校企·公益助学面料样卡捐赠会”与“一纱成季|特若丝(三醋酸)材料特展”同期举行，多家供应链企业捐赠教学物料，校企现场对接实训需求，拉近课堂教学与产业市场距离。

激活时尚消费新动能

浓厚的商业热度与鲜活的文创潮流交融共生，成为本届大学生时装周时尚创新、聚力向新的生动缩影。如，首届中国新文创市集暨潮玩游园会中，中华女子学院、鲁美·文化国际服装学院参展师生匠心打造原创非遗文创作品，充分展现青年设计创新活力。本次组委会还联动茶饮、冰品、数字文化等多个潮流品牌，盘活消费市场，构建起流量集聚、业态丰富、热度高涨的时尚商业生态。

在本届大学生时装周开幕前夕，中国纺织工业联合会副会长陈大鹏表示，行业将持续搭建产教互通、资源共享、人才孵化的优质平台，打通青年设计从作品到产品、从创意到产业的转化壁垒，助力青年人才在时代浪潮中锚定方向、破茧成长，推动中国时尚产业向专业化、数字化、国际化高质量迈进。本届时装周便是青年设计力量的一次集中检阅，既是毕业生告别校园的成长驿站，也是新锐设计师奔赴行业、逐光启航的全新起点。

风禾尽起，逐渐致远。正如中国服装设计师协会主席夏国新所言，中国国际大学生时装周始终坚守育人初心，持续夯实人才孵化、校企合作、产业落地、国际交流四大平台效能。放眼未来，大学生时装周将紧扣行业发展趋势，抢抓新质生产力发展契机，健全人才培养、创意孵化、产业对接一体化服务体系，深耕非遗创新、可持续时尚、数字设计等重点方向。(中国国际大学生时装周/供稿) **TA**





2026年波司登登山队登顶珠峰。



1975年中国登山队从北坡胜利登顶珠峰。



解放日报 1975年5月28日刊。

波司登迎来创业50周年：半个世纪登峰路，一部精神传承史

■ 陈墨 / 文

北京时间2026年5月17日11时06分，世界之巅再次镌刻下中国人的足迹。波司登登山队队长木子（本名李生涛）与队员魏思珂、程心宇，身着波司登登峰4.0系列专业装备，成功登顶海拔8848.86米的珠穆朗玛峰。次日，他们中的两人又成功登顶世界第四高峰洛子峰，完成“双峰连登”的壮举。

鲜红的登山服在极寒之巅闪耀，而这条通向世界之巅的道路，其起点可以清晰地追溯至一份报纸——1975年5月28日的《解放日报》。在那天的头版，刊载着“我国登山队从北坡胜利登上珠穆朗玛峰”的振奋报道。2026年，恰逢波司登品牌创业五十周年。回望半个世纪前，正是这则新闻，在一位江苏常熟青年的心中埋下了最初的种子，开启了一段跨越五十年的温暖征程，演绎了一个中国品牌从“为国造服”的初心萌芽，到立足全球市场诠释“中国智造”价值的壮阔诗篇。

初心的形状 从一则报道到一个品牌承诺

1975年，在上海的一间石库门房子里，青年高德康在《解放日报》上读到了中国登山队登顶珠峰的新闻。“我被队员们历尽艰辛、攀登珠峰的精神信念深深震撼，对登山羽绒服的功能性和专业性，留下了深刻印象。”多年后，波司登创始人、集团董事局主席兼总裁高德康如此描述那一刻的触动，“那时我的心里就种下了一颗种子：要做一件能登上珠峰的、全世界最好的羽绒服。”这颗种子，并非源于纯粹的市场洞察，而是源于一个国家集体成就所带来的精神震撼与责任召唤。在那个物资相对匮乏、国货品牌尚在蹒跚学步的年代，这种“国家需要什么，我们就努力造什么”的朴素情怀，构成了第一代中国实业家最纯粹的精神底色。

这个被国家登山壮举点燃的个人理想，在次年落地为具体的行动。1976年，在江苏常熟，高德康以8台缝纫机起步，创办了山泾村缝纫组。从此，“做出中国人自己的登山防寒服，为登峰者保驾护航”从一个朦胧的念头，成为一个品牌创立之初便许下的庄重承诺。这并非简单的商业选择，而是一个时代背景下，中国实业家立志以专业制造助力国家攀登事业的责任萌芽。彼时，中国羽绒服产业几乎空白，高端专业装备更是一片荒漠。波司登的诞生，恰是呼应了那个时代对国产优质工业品的

深切呼唤。

这颗源于《解放日报》报道的种子，定义了波司登此后五十年的航向。即便日后产品走向大众日常生活，品牌迈向国际舞台，那份助力中国攀登事业、以专业守护极限挑战的初心，始终是其最深层的驱动力量。“创业50年，最核心的品牌精神，是‘创唯一、永争第一’的登峰精神。”高德康总结道。这七个字，从一份报纸开始，贯穿了企业半个世纪的运营。“创唯一”，是与时俱进的持续创新，是敢于在无人区开辟道路的勇气；“永争第一”，是不忘初心的艰苦奋斗，是在既定航道上追求极致的执着。这种精神，驱动着其在专业领域持续向上，从产品到品牌，从中国到世界。

专业的攀登 从首次护航到巅峰验证的二十八年

承诺需要用时间与实践来兑现。1998年，波司登羽绒服随中国登山队成功登顶珠穆朗玛峰，完成了对二十二年前初创诺言的首次致敬。这并非终点，而是一场漫长陪伴与共同攀登的开始。这次登顶，不仅是一次品牌承诺的兑现，更是一次中国制造在极端环境下获得的关键信任背书。它向世界证明，中国品牌有能力研发制造出抵御世界之巅严酷环境的高性能专业装备。

自此，波司登的专业装备成为中国探索者挑战未知疆域的忠实伙伴，其发展轨迹与国家战略和民族荣耀紧密相连：从跟随中国极地科考队远征南极、北极，深入地球寒极，到助力中国运动员在冬奥赛场实现雪上项目金牌“零的突破”，点燃国人的冰雪热情，在诸多标志着“中国首次”与“中国高度”的时刻，都有其提供的“温暖铠甲”。品牌的成长轨迹，与中国探索前沿、挑战极限的脉搏同频共振。这种陪伴，让波司登超越了单纯的商业品牌范畴，成为国家科技进步与民族精神彰显的参与者和见证者。

真正的专业，需要在最严酷的环境中接受终极检验。2026年珠峰攀登季，气候多变，全球多支队伍在大本营等候窗口期。5月12日凌晨3时57分，当修路队决定提前上山时，波司登登山队队长木子第一时间响应，带领队伍从大本营出发，成为该季首批向顶峰发起冲击的队伍。这种“敢为人先”的果敢，与品牌精神一脉相承。随后，队伍在海

拔超过8000米的地带遭遇猛烈强风与极寒天气。在“死亡地带”，装备的可靠性直接关乎生命。波司登登峰4.0系列装备在此次攀登中展现了硬核实力：内置的北斗定位系统与高强抗撕裂面料，则在极端环境中为攀登者增添了至关重要的安全保障。此次登顶，不仅是一次体育壮举，更是一次中国防寒科技在“地球实验室”的成功实证，体现了从“中国制造”到“中国智造”的坚实跨越。

从1998年到2026年，二十八年的持续助力，不仅是一部与中国登山事业同行的编年史，更是一部中国防寒科技不断攀登行业高峰的实证史。波司登将实验室的科技创新，一次次置于世界之巅进行验证，反复夯实着“保驾护航”这四个字的技术含金量与责任担当。这个过程，也是中国制造业从学习模仿到自主创新，从满足基本需求到攻克顶级难题的缩影。

精神的接续 三代人的攀登与一场永无止境的传承

攀登，从来不只是对自然高度的征服，更是精神与信念的传递。波司登五十年的故事里，清晰地勾勒出一条三代人“攀登精神”接力的脉络，而品牌自身，也完成了从受精神滋养到成为精神载体，再到推动精神传承的升华。

第一代，是1975年被《解放日报》报道所激励的创业者。高德康从国家登山队的壮举中汲取力量，将“不畏艰险、勇攀高峰”的精神，内化为创办企业、挑战行业高峰的原始动力。这是一种从“目睹”到“践行”的转化，将集体主义的荣誉感转化为实业报国的具体行动。

第二代，是像1998年首次身着波司登登顶的中国登山队员，以及此后无数被其装备护航的极地科考员、运动员。他们以无畏的勇气探索世界，而波司登则以持续迭代的专业制造，默默守护着他们的探索之旅。品牌与攀登者，在这一阶段构成了“助力”与“被助力”的坚实关系。波司登通过打造“登峰”系列产品、建设登峰企业文化馆、布局登峰主题旗舰店等方式，将这种精神实体化、符号化，使其成为品牌文化的核心组成部分。

第三代，则在2026年的珠峰之巅得到了生动体现。登山队长木子已是多次征服8000米级高峰的资深攀登者。在此次攀登中，他的角色从单纯的挑战者，转变为领航者与传承者。他将多年的高海拔攀登经验，细致地传授给年轻队员魏思珂和程心宇，从呼吸节奏到技术操作，在生死相托的旅程中完成了经验的传承。登顶珠峰后24小时内迅即挑战洛子峰的“双峰连登”，更是将“永争第一、超越自我”的攀登精神推向了新的维度。波司登在此刻，既是专业装备的提供者，也成为了这场“不畏艰险、勇攀高峰、薪火相传”精神接力的平台与见证者。品牌故事与人物故事在此交融，共同诠释了“攀登”作为文化内核的生生不息。

匠心的深耕 “创唯一、永争第一”的立体实践与全球表达

“创唯一、永争第一”，这种登峰精神已内化为企业的基因，驱动波司登在专业、时尚、智造、责任等多重维度上持续向上攀登，构筑起坚固的品牌护城河。

“创唯一”，体现在对核心科技的极致追求与智造升级。五十年来，波司登心无旁骛深耕羽绒服主业。材料上，携手全球顶尖供应链，集结国际高端原辅料，并自研防钻绒核心工艺，凭借持续迭代的自研登峰科技体系，通过材料、结构、工艺、体系多维度创新，平衡御寒与轻量，防护与舒适。面对行业向新质生产力转型的要求，波司登将AI驱动的转型视为关键。其自主研发的“BSD.AI美学大脑”，构建了从设计构思到虚拟成衣的数字化闭环，将样衣开发时间从100天大幅缩短至27天，样衣开发成本降低60%以上。通过GiMS工业互联网平台，实现智能排产覆盖率超70%，生产交付周期压缩至7—10天。“传统创新打基础，数智时代赢未来。”高德康认为，AI的深度应用是企业锻造新质生产力、赢得未来的关键路径。

“永争第一”，则体现在对品牌价值、时尚话语权与行业标准的全面引领。波司登深刻理解，真正的世界品牌，必须是产品能力、美学语言

和价值理念的全球化。产品上，其畅销全球，屡获德国红点奖、ISPO全球设计大奖。美学上，六度登陆国际四大时装周，与高缇耶、高田贤三等大师联名，特别是与曾执掌多个顶级奢侈品品牌的英国设计师Kim Jones合作打造高级产品线AREAL系列，在巴黎老佛爷百货、香港K11 MUSEA进行全球首发，让东方设计登上世界核心舞台。2026年，在世界品牌莫干山大会上的“向上之境”风尚大秀，系统展示了Vertex硬核户外、巴黎大师泡芙、轻薄羽绒、风衣羽绒服四大系列，构建起从山野到都市的全场景“温暖生态”，完成了从功能单品到时尚生活方式的品牌表达跃迁。

温暖的边界 从商业成功到可持续的价值担当与责任

企业的温度与高度，不仅体现在产品带来的物理温暖与市场成功，更体现在其对社会、环境及全球产业生态的责任担当。波司登将可持续发展视为另一场必须赢得的“攀登”，并将其系统融入企业战略。

自上世纪80年代，波司登的公益之路便已开始。近年来，其构建了完善的“1+3+X”ESG战略框架，并成为亚洲首家且唯一获得MSCI ESG AAA最高评级的纺织服装企业，入选标普《全球可持续发展年鉴》。公司设立了“2038年前实现运营环节净零排放”的清晰目标。具体举措扎实：在原料端，推动100%羽绒获得负责任羽绒标准（RDS）认证，并研发生物环保面料；在制造端，通过智能制造系统优化能效；在供应链，建立绿色供应链信息平台，将供应商ESG表现与采购挂钩；在零售端，探索建设“零碳门店”。

自创立以来，波司登已累计向社会捐款捐物超过15.5亿元。这份担当，拓宽了品牌“温暖”的边界。波司登的实践表明，一个优秀的中国品牌，其追求理应是多维度的：它不仅是商业上的成功者、科技的创新者、时尚的引领者，更应是社会价值的创造者、环境责任的承担者和可持续时尚的推动者。

再出发 锚定“全球领先”，开启下一段五十年的攀登

站在创业五十周年与“十五五”开局之年的历史交汇点，波司登的目标更加明确：从“中国第一”迈向“全球领先”。这一定位，意味着不仅是规模的领先，更是品牌价值、科技创新能力和全球资源整合能力的综合领先。

全球化布局早已展开。从早期在全球多国进行商标注册，到2007年在香港联交所主板上市，利用国际资本和平台提升治理结构与品牌影响力；从2012年在伦敦开设旗舰店，到持续依托香港这一东西方文化交融的枢纽，举办高势能活动（如AREAL系列全球首发），波司登走出的是一条从“产品出海”到“品牌价值出海”的自主进阶之路。高德康指出：“‘品牌出海’一定是带着中国品牌的文化自信和品质自信出海，让世界看到从‘中国产品’到‘中国品牌’的转变。”

展望未来，波司登将以品牌引领为核心，以AI与数字化为引擎，深化“科技、时尚、绿色”的行业新定位。正如其在2026世界品牌莫干山大会上所宣示的，将继续坚守“一群人、一辈子、一件事”的匠心，专心专注做强主业，面向世界讲述中国品牌的创新故事、美学故事和责任故事。

从1975年《解放日报》头版那则振奋人心的报道，到2026年珠峰之巅那一抹耀眼的中国红，时光跨越了半个世纪。变的是不断刷新的科技高度、品牌边界与全球足迹，不变的是那份始于一份报纸的初心——“做最好的防寒服”的纯粹匠心与“助力攀登、保驾护航”的温暖承诺。

巅峰之上，更见初心。波司登用五十年的历程诠释，最持久的攀登，是精神的攀登；最温暖的守护，是初心的守护。它的故事，不仅是一个品牌的成长史，更是一个中国制造业砥砺前行、中国品牌价值崛起的微观缩影。站在新的五十年起点，这场始于一份《解放日报》的登峰之旅，正承载着中国品牌的梦想与自信，在更广阔的世界舞台上，持续向前，攀登超越。 **TA**

拉夏贝尔：国民品牌如何在存量时代重新生长？

■ 本刊记者_万晗

日前，重整后的拉夏贝尔在品牌生态大会上高调宣布“线上百亿回归”，重新回到行业视野。

真正让市场重新审视它的，是50天后的“五一”，南宁、九江两座La Chapelle HOME千平生活馆同步开业，滁州、大港、新乡等十余家La Chapelle CITY门店集中亮相。与此同时，主品牌La Chapelle线下已恢复约200家高质量门店，La Chapelle CITY业态启动120家。按照规划，2026年底，拉夏贝尔线下门店规模将重回千店以上。为了支持线下布局，拉夏贝尔荆州6万平方米智能化物流中心也于近期启用。

从线上百亿到线下千店，拉夏贝尔正在下一盘大棋。但这盘棋的底层逻辑，不是简单的规模扩张，而是一套名为BMS+D的产业协同系统。

三业态并进，重构线下增长逻辑

拉夏贝尔线下构建了三条差异化路径，共同搭载同一套BMS+D生态能力。

La Chapelle回归中国女性基础衣橱。主品牌聚焦30岁左右都市女性，门店面积100—150平方米，价格带以100—2000元为主，致力于提供稳定、舒适、日常的通勤穿搭供给。目前线下已恢复约200家高质量门店。

为匹配此次回归，主品牌推出全新“服装实验室”空间形象：以极简主义为基底，大面积留白，米白+浅灰为主色调，标志性黄色作为点缀；入口设置超级符号装置，开放式动线、中岛陈列、松弛摆放，加上低矮坐凳和织物休息区，营造轻松探索的氛围。这一设计由刘娅主导——这位从万店时代走来的老将，如今重新掌舵主品牌线下升级。

La Chapelle CITY是精致小资的轻升级之选。面向25—40岁都市小资女性，门店面积100—200平方米，产品涵盖通勤、精致、轻潮三大系列，春夏价格119—599元，秋冬价格139—1999元。品牌发布仅3个月，已签约340余家、启动120家，开店势头强劲。它精准捕捉了消费者从“便宜好穿”到“风格表达”的升级需求，它做的不是高端，而是“刚刚好再往上一级”。

La Chapelle HOME是全家生活方式聚合场。作为拉夏贝尔最具野心和想象力的业态，HOME是面向全家的一站式高性价比生活方式目的地。单店面积通常1000—2000平方米（部分可达3000平方米），覆盖女装、男装、童装、鞋包、内衣家居、轻户外、美妆饰品及部分3C等八大品类。HOME的核心目标是解决传统服装店“停留时间短、复购率低、坪效天花板低”的三大痛点。通过丰富的产品组合和精心打造的生活场景，显著延长顾客停留时间、提升客单价和连带率。

在运营上，HOME深度打通OMO闭环，通过抖音、小红书同城种草、直播间导流，顾客可线上领券、线下沉浸式体验核销，形成“线上种草—线下体验—全域转化”的高效循环，获客成本较传统线下降低约60%。杭州拉夏品牌管理公司董事长宋建华表示：“我们要用多品类+高转化+轻库存的组合，跑赢传统专卖店。”

为支撑线下快速扩张与高效协同，拉夏贝尔在荆州建立了6万平方米智能化仓储中心。作为线下专属服务仓，日发货量超2万单，承担区域配送、智能调配和产业协同功能，实现线上线下库存实时联动、爆款快速补货、滞销及时消化，并打造“5G+服装柔性制造基地”。

BMS+D 模式：从单点博弈到生态共赢

拉夏贝尔此次回归最核心的竞争力并非单纯的开店数量，而是构建了一套全新的产业协同系统——BMS+D模式（Brand品牌+Manufacturer制造+Sales销售+Designer设计）。传统服装产业链

是典型的“单点博弈”：品牌拼命压低工厂价格，工厂赌订单搏生存，渠道大打价格战，各方孤立承担库存、资金和市场风险，最终形成全链条内耗。而BMS+D模式以拉夏贝尔品牌为枢纽，把原本分散对立的四方利益重新拧成一股绳，形成“共创、共担、共享”的生态闭环。

四方紧密联动的结果是：库存周转周期压缩至30—40天，目标达到行业平均水平的1.5倍。这一模式也直接支撑了线下快速重启——品牌输出品牌力、供应链、商品体系和数字化工具，合伙人专注本地运营与流量服务，双方从“买卖关系”升级为“长期共同经营的事业合伙人”。

在这一生态中，拉夏贝尔吸引了像宋建华这样的零售专业操盘手。他操盘的La Chapelle CITY业态势头强劲，已签约340余家、启动120家；La Chapelle HOME千平大店也在其推动下快速落地。跟随拉夏贝尔十几年的老将刘娅重掌主品牌，她感慨道：“拉夏贝尔正在重新回归。”

供应链正在“用脚投票”

BMS+D模式还吸引了越来越多头部供应链深度绑定。拉夏贝尔核心牛仔供应商“喜哥”目前一天发货量达3万—5万件，一年牛仔需求约1500万条（体量20亿—30亿元）。其愿意深度绑定的核心原因只有三个字：确定性。

过去几年，工厂最怕的不是订单少，而是订单剧烈波动（今天爆单、明天断崖）。BMS+D通过全渠道协同机制——直播测款、电商放量、线下承接、折扣渠道消化尾货——让库存不再被锁死在单一渠道，供应链终于重新获得长期稳定的预期和安全感。

从重资产到轻生态，从封闭式到全球创意，从规模驱动到效率驱动——拉夏贝尔正在用一套更轻、更开放、更具确定性的系统，回答那个核心问题：国民品牌，在存量时代如何重新长出来？答案或许不在于它能否迅速重回巅峰，而在于它证明了：当品牌从“单点博弈”转向“生态共赢”，存量市场的天花板，其实可以被重新定义。TA

TIPS

BMS+D 模式解读

品牌（B）：作为核心枢纽，输出品牌标准、视觉系统、运营SOP和全域数字化能力。28年积累的国民品牌认知，成为全链路最大的信任背书和低成本获客基础；

制造（M）：依托专业化供应链生态池，快反周期压缩至5—7天。同时建立严格的准入审核、动态抽检和品质追溯机制，确保海量开放设计下的产品稳定性与品质一致性；

销售（S）：采用轻资产事业合伙人模式，合伙人专注门店运营、本地流量和用户服务，不再独自承担库存压力，实现“品牌带货、合伙人卖货”的高效分工；

设计（D）：这是此次模式升级中突破最大的部分。拉夏贝尔彻底打破传统封闭式设计团队，转向“全球海量设计师开放生态”，吸纳国际设计师、成熟工作室和新锐设计力量，实现年上新数万款的高频迭代，让设计从“内部有限产能”变成“外部无限创意”。



三沐新材料：用一根纤维，重塑微气候管理

■ 本刊记者_许依利

闷热的户外装备，夜间令人燥热出汗的床品，都困扰着消费者的日常生活。面对消费者对“长效调温、柔软舒适、持久耐洗”日益强烈的复合诉求，行业该如何破局？在桐昆·中国纤维流行趋势2026/2027发布会上，三沐新材料（浙江）有限公司给出了答案。

公司团队研发的AC-TEX®相变调温纤维凭借“高温熔纺”与“高相变焓值”的双重硬核突破成功入选。“我们首创的高温熔纺相变调温技术，彻底颠覆了行业的传统应用逻辑。”三沐新材料CTO姚锐敏博士表示，依托三维纳米一体化封装技术与定制化设备改造，三沐新材料成功实现了多规格相变长丝的规模化量产，真正打通了相变调温纤维从实验室走向产业化的“最后一环”。

熔纺破局：高焓值与长丝形态的相变革命

姚锐敏介绍，此次入选的AC-TEX®相变调温纤维最核心的差异化亮点，在于通过三维纳米一体化封装技术，赋予了锦纶长丝可达60 J/g的高相变焓值，处于市面同类产品独一档水平。“高焓值+长丝形态”是三沐新材料解决相变材料产业化落地难题的创新型设计思路。

在性能表现上，该纤维彻底解决了传统相变纤维的痛点。不仅以长丝形态直接织造，还让消费者获得“可感知”的真实触感。卓越耐久，即便在100%应用比例下依然保持面料柔软舒适，不影响亲肤体验。这一成果的背后，是研发团队对初心的坚守与无数次的试错。

回忆起成功实现相变材料高温熔纺的过程，从研制满足直接高温熔纺极端工况条件的相变材料，到开发相变材料纳米三维一体化封装手段，再到针对性地对传统熔纺生产设备进行颠覆性改造建设，三沐新材料团队经历了长期的试错验证，包括上百次的连续通宵奋战，团队“闯关难过关过”。目前，AC-TEX®已具备多种规格的量产能力，并完成了织造、染整、成衣等全技术链条验证，极大推动了相变材料在纺织领域的深度应用。

场景出圈：从“单一调温”到“微气候管理”

姚锐敏表示，AC-TEX®相变调温纤维不仅是一项技术突破，更是针对细分场景的深度解决方案。在服饰领域，它能在运动初期吸收



AC-TEX®极大推动了相变材料在纺织领域的深度应用。

热量延缓体表升温，在运动后释放热量形成保温缓冲，有效预防“失温”。在室内外温差切换的通勤场景中，则化身“热缓冲层”，平抑骤冷骤热。在家纺领域，作为面料或被褥填充物，它能精准调节床品微气候，防燥热盗汗，实现四季通用，尤其对体热、孕妇及失眠人群具有显著助益。在鞋材领域，应用于鞋内里或袜类，能有效吸收足部热量，保持干爽，延缓湿热导致的疲劳感。

更为重要的是，AC-TEX®具备优异的混纺兼容性和功能协同性，可与羊毛、莱卡、棉、天丝等多种纤维混纺，实现“调温+温湿管理+抑菌+弹性+抗紫外”的多功能集成。这种“搭积木”式的复合设计理念，为下游品牌带来了产品创新范式的解放。

例如，针对商务通勤，品牌可开发“AC-TEX®+羊毛+抗菌”面料，完美应对机场、高铁等场景的温差波动与健康需求。这帮助品牌从激烈的价格战泥潭中抽身，将竞争拉升至“材料科学与用户体验创新”的新维度，构建功能差异化壁垒，实现从价格竞争到价值竞争的跃迁。AC-TEX®实测在登山、滑雪等场景中温差波动小，凭借“知冷知热”的真实触感与高度的场景适配性，已纳入高端产品线开发计划。

姚锐敏分享道，AC-TEX®相变调温纤维面世以来收到了来自市场的正向反馈，服饰品牌将其评价为“真正能实现个人微气候管理”的功能性材料；家纺品牌高度肯定其四季适配与耐洗性能，部分头部品牌将其列为差异化升级的关键材料；鞋材品牌则认可其动态调温、久穿不闷的综合体验，反馈纤维可无缝融入现有生产工艺。

从“高焓值长丝”的技术基础到“微气候管理”的场景突破，三沐新材料的AC-TEX®相变调温纤维打通了从研发到市场出圈的完整链路。结合本届“纱元新境”趋势导向，姚锐敏指出，未来智能温控纤维将向着场景功能精细化、绿色低碳生物基化、以及被动与主动双模态耦合的智能化方向发展。

姚锐敏表示，未来五年三沐新材料将以AC-TEX®为压舱石，推出可在速干、抗皱上与当前相变锦纶长丝形成互补的新一代相变涤纶长丝；布局生物基尼龙和聚酯复合相变功能，抢占绿色材料制高点，同时开发制冷和制热功能纱线，拓展冬暖夏凉、医疗康养等特定场景应用。三沐新材料（浙江）有限公司将持续推动智能温控纤维的技术突破与产业普及，为我国纺织行业新质生产力发展注入源源不断的动能。TA

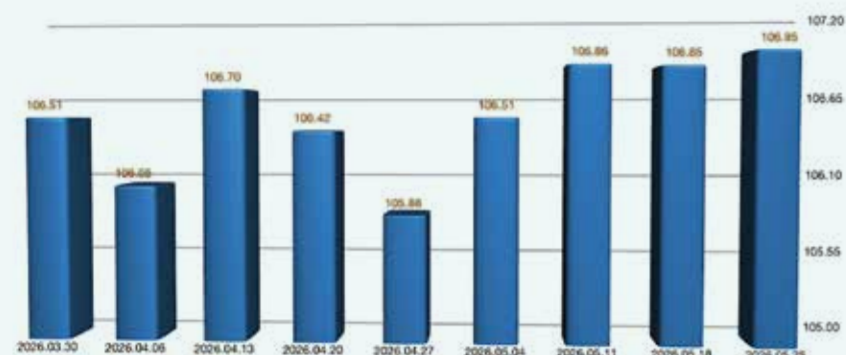


市场营销震荡回升 价格指数环比上涨

20260525 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20260525 期纺织品价格指数收报于 106.95 点，环比上涨 0.10%，较年初上涨 1.47%，同比上涨 1.70%。

总价格指数



中国轻纺城市场营销震荡回升，其中：原料市场量价环比上涨，坯布市场量价环比回升，面料市场布匹价格环比回缩，家纺类产品成交量环比小涨，辅料类量价环比下跌。

纯棉纱类行情环比上涨，混纺类环比上涨，涤纶类环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 94.48 点，环比上涨 0.90%，较年初上涨 8.37%，同比上涨 9.49%。

纯棉纱类行情环比上涨，混纺类行情环比上涨。近期，纯棉纱收报于 119.64 点，环比上涨 0.53%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比推升，价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16530 元/吨，环比上涨 10 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报 24450 元/吨，环比持平；精梳 40S 纯棉纱报价 26300 元/吨，环比上涨 700 元/吨。纯棉纱期货价格稳涨互现，现货价格局部稳涨互现。贸易商及纺纱厂出货推升，批量性实单价格环比增加，织厂订单局部增加。

混纺类指数收报于 100.61 点，环比上涨 0.21%。混纺类成交环比增加，涤棉纱收报于 98.03 点，环比持平。T/C65/35 涤棉混纺纱价格报 17150 元/吨左右，环比持平。涤粘纱收报于 91.99 点，环比持平。T/R65/35 涤粘混纺纱价格报 15020 元/吨左右，环比持平。织厂按需补货，需求局部推升，下游混纺纱市场成交环比增加，价格基本稳定。

涤纶类行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数收报于 88.63 点，环比下跌 0.49%。近期华东地区 PTA 现货主流 6490 元/吨，环比上涨 20 元/吨；MEG 主流 4807 元/吨，环比下跌 31 元/吨；聚酯切片市场报价稳跌互现，江浙地区有光切片现金或三月承兑 7530 元/吨，环比下跌 20 元/吨；无光切片现金或三月承兑 7400 元/吨，环比持平。纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 12200 元/吨左右，环比下跌 100 元/吨；45S 纯涤纱报 16800 元/吨左右，环比持平。

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 114.33 点，环比上涨 0.20%，较年初下跌 0.30%，同比下跌 1.17%。

近期，坯布市场营销环比回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比回升，坯布量价环比上涨。其中：混纺纤维坯布收报于 114.69 点，环比上涨 1.12%，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场量价环比上涨。

面料行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期面料类价格指数收报于 110.69 点，环比下跌 0.43%，较年初下跌 0.29%，同比上涨 0.61%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回缩，春季面料补货环比下降，夏季面料下单环比回缩，因对口客商入市认购环比下降，面料价格指数环比下跌。其中：麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料类成交量不等量下跌。

特色分类指数中：牛仔面料指数收报于 102.71 点，环比下跌 5.03%，同比下跌 2.12%；羽绒面料指数收报于 115.45 点，环比下跌 1.63%，同比下跌 4.26%；提花工艺面料指数收报于 107.25 点，环比下跌 1.93%，同比下跌 2.82%；针织工艺面料指数收报于 113.60 点，环比下跌 0.11%，同比下跌 1.46%；防风性面料指数收报于 107.16 点，环比下跌 1.50%，同比上涨 4.01%；阻燃性面料指数收报于 99.56 点，环比下跌 1.19%，同比下跌 3.83%。

家纺市场环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.09 点，环比上涨 0.16%，较年初上涨 0.19%，同比上涨 0.13%。

本期家纺类价格指数环比上涨。近期，家纺市场行情环比回升，整体市场价格环比上涨。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：窗纱类收报于 101.70 点，环比上涨 0.67%；工程窗纱收报于 101.99 点，环比上涨 2.23%；窗帘类收报于 102.13 点，环比上涨 0.05%；其他家纺类收报于 95.04 点，环比上涨 0.51%。

市场行情环比回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期辅料类价格指数收报于 110.62 点，环比下跌 0.51%，较年初下跌 0.12%，同比下跌 2.70%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。其中：线绳类收报于 126.20 点，环比下跌 0.03%；花边类收报于 174.86 点，环比下跌 0.12%；打孔圈类收报于 100.00 点，环比下跌 0.75%；挂球和挂钩类收报于 98.33 点，环比下跌 2.47%；窗帘花边收报于 103.52 点，环比下跌 2.36%；窗帘轨道收报于 93.25 点，环比下跌 2.59%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。目前各类大众服装面料订单缺乏，价格仍相对疲软，面料成交仍显不足，后市春季面料供给将明显下降，夏季女装面料销售“火爆”行情不足。因国内外需求疲软，市场离淡季已为期不远，纺服订单淡季特征局部显现。预计大众跑量产品认购踊跃度将环比下降，整体市场成交将呈现环比小跌走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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



北市场

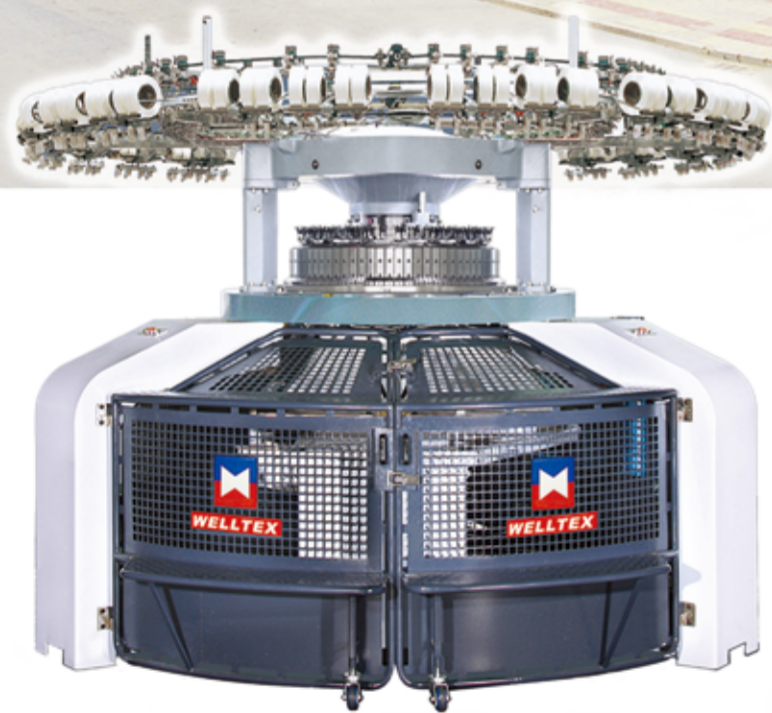
一区三楼毛绒专营区等你



入驻热线
TEL-0575

84111017

联系人：邵先生 雷小姐



细针距双面开幅机

专业设计制造针织大圆机
*Professionally Design And Manufacture
The Kintting Machine*



ISO9001认证



省高新技术企业



欧洲CE认证

福建省科技型企业 · 国家纺织行业标准起草单位
中国纺织机械协会 圆纬机行业分会首届执行会长单位

