

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 2025.01.13 | 第02期 | 总第1202期

柯桥·中国轻纺城 专版



P16
扩内需、破内卷？
柯桥纺企先行一“布”



P20
不出海便出局？
“必然选择”背后是全新考验

纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY

中国纺织工业联合会会刊

影响
改变认知
服务
创造价值

《纺织服装周刊》官方网站：
www.taweekly.com

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

会长新年谈

**在压力和挑战中
砥砺前行** P10

2025





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能力提升等提供数据支撑。

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

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



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

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

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

(以上数据来源于企业)

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 淼
	余 辉

市场推广中心

总监	吕 杨
副总监	罗欣桐
主任	雷 蕾
	王振宇

浙江运营中心

总监	赵国玲
副主任	王 利
记者	边吉洁
	王耀祖

行政管理中心

总监	崔淑云
副总监	黄 娜

办公室

主任	刘 萍
----	-----

财务部

主任	崔淑云(兼)
主任助理	张 艳

融媒体中心

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

热线电话

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

国际标准刊号:ISSN 1674-196X 国内统一刊号:CN11-5472/TS

广告发布登记通知书号:京东工商广登字20170146号

出版单位:《纺织服装周刊》杂志社有限公司

地址:北京市东城区东四西大街46号院(100711)

定价:每期人民币12元

日本合作媒体:纤维News

印度合作媒体:Inside Fashion

欧洲合作媒体:Textile

台湾地区合作媒体:

承印:北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费,所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将按作者说明处理。

06 资讯 Infos

中国纺织服装行业气候行动案例入选“2024年气候变化绿皮书”
2024 纺织鞋服工业增加值增长 7.5%，福建谋划产业新发展
“乌蒙村秀”新年唱响彝族服饰时尚新乐章
鸿天集团：核心业务持续增长，创新驱动发展新篇章

08 关注 Attention

探讨 AI 与纺织融合发展之路
智能纤维与柔性可穿戴：协同创新的未来产业

10 特别报道 Special

陈大鹏：在压力和挑战中砥砺前行
陈新伟：2024 年呈恢复性增长态势，2025 年将稳健发展
林云峰：解锁“新质”动力，重塑产业格局



P16

16 柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

扩内需、破内卷？柯桥纺企先行一“布”
一个执着而勇敢的纺织逐梦者
突破 4000 亿元，2024 年中国轻纺城交出满意答卷

20 话题 Topic

不出海便出局？“必然选择”背后是全新考验

22 一线 Frontline

王臻：迎难而上战变局，创新发展闯新程
邵长金：向“新”求“质”，逐梦白鹭新篇章
提“质”攀“高”，波司登 2024 韧性生长
品牌联动、产品创新，永荣股份携手伙伴“荣”启未来

26 指数 Index

冬市营销环比回升 价格指数环比上涨



袁春妹

《纺织服装周刊》副总编辑

WAY OF LIVING 活法

岁末年初，正是行业企业、行业人回顾过去展望未来的时候。在此期间，大家会更多地聚焦于企业如何在未来保持自身可持续发展能力，再悲观些，可能是在考虑如何保住“命”、平稳地活下去。这是身处百年未有之大变局中的企业不得不做的筹谋。

到底该如何活下去？又该如何精彩地活下去？

前不久，全球最大的色织面料与衬衫生产企业鲁泰集团宣布将豪掷 3.85 亿美元在埃及投建企业首个海外纺织厂，实现从纱线生产、织物制造到成衣加工的全产业链布局；此前，毛纺龙头新澳股份也投资 1.5 亿美元在越南投建了精纺纱生产基地；而世界级羊绒加工龙头企业之一的鹿王集团在马达加斯加的色绒智能化生产线项目建设则是贯穿了 2024—2026 年……

国内市场这两年也是大项目不断，从和利化纤 111.5 亿元投建的碳纤维相关项目，到新疆昆仑纺织 4 亿元投建印染一体化项目，新疆泰浩纺织 14 亿元投建的产业链项目，又或是行业“黑马”数智世界到 2025 年要完成的 481 万锭纺纱产能建设……

时处大家公认的“困难”时期，很多人认为该“捂紧钱袋子”过日子，这些企业缘何仍敢进行大手笔，甚至是重资产投资？

当大家细看这些企业的背景时不难发现一些特点，“最大”“龙头”被设定在了一些企业的名字前，所以，大产能甚至是高端化的大产能，在很多情况下是大企业的玩法，也是他们打造自己竞争力的杀手锏，借此，以更低的制造成本、更高的产品品质来占据相关领域主导地位，赢得绝对的竞争优势。

不过，这个模式可能并不是中小企业的优选。业界企业几乎可以天天听到有人喊“卷”、抱怨卷得没法活，其中的道理其实很简单，有人被卷到了中低端、同质化产能过剩的竞争漩涡里。若中小企业已经卷到这样的赛道，还想依靠扩产能降低成本参与竞争，即便不叠加经济增速放缓、需求低迷的发展环境，重资产投入其中大概率也会让企业冻结自身，毕竟资金实力从不是中小企业的优势。即便是公认的风口产业，也未必适合中小企业重资产入局，若大家带着希望进入的是产业的阶段性产能过剩时期，同样会是一场生死考验。

不过，若是企业的投入是在核心竞争力的打造上，另当别论。“小而美”“小而精”作为中小企业保持生命力的重要出口，锁定在“一米宽”的赛道上，是需要有“深挖 100 米”的战略布局和考量的，竞争壁垒也好，优势锻造也罢，都需要企业在相关的技术创新上、制造能力上，乃至服务模式上厚积能量。当企业能够领跑这“一米宽”的赛道时，便会拥有可持续发展，甚至是绽放光彩的能力。

View point / 产经看点

国家外汇管理局统计数据
显示,截至 2024 年 12 月末,
我国外汇储备规模为 32024
亿美元,较 2024 年 11 月
末下降 635 亿美元,降幅为
1.94%。

——新华社

财政部日前发布通知,
对于 2024 年 3 月 7 日前签订
贷款合同、设备购置或更新改
造服务采购合同,3 月 7 日后
发放的符合条件的设备更新新
贷款,纳入财政贴息政策支持
范围;同时,延长设备更新贷
款财政贴息政策实施期限,至
中国人民银行设备更新相关
再贷款额度用完为止。

——经济日报

2024 年 12 月份,全球制
造业采购经理指数为 49.5%,
较上月上升 0.2 个百分点。指
数连续 2 个月小幅上升,并
创下 2024 年下半年以来新高,
全球制造业保持平稳趋升的
态势。

——中国物流与采购联合会

今年 1 月份,中国零售
业景气指数为 51.1%,环比
上升 0.7 个百分点,同比上升
0.2 个百分点。

——中国商业联合会



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

中国纺织服装行业气候行动案例入选“2024 年气候变化绿皮书”

近日，中国社会科学院—中国气象局气候变化经济学模拟联合实验室与社会科学文献出版社联合发布第 16 部气候变化绿皮书——《应对气候变化报告（2024）：“双碳”目标驱动新质生产力发展》（以下简称“绿皮书”）。作为三大行业优秀案例之一，中国纺织服装行业气候行动进展被收录于绿皮书“行业转型篇”，篇名为《中国纺织服装行业绿色低碳转型的发展现状与展望》。

绿皮书是中国社会科学院和中国气象局联手国内气候变化领域一线学者联合编撰的权威性年度出版物，紧扣中国绿色低碳发展的脉搏，反映气候变化领域研究的前沿问题。自 2009 年推出第一部《应对气候变化报告（2009）：通向哥本哈根》以来，绿皮书已连续发布 16 年。绿皮书在 2019、2020、2021 年度连续三年获评中国社会科学院“优秀皮书奖”一等奖，2022 年、2023 年获得二等奖，另有多篇研究报告获得“优秀皮书报告”二、三等奖。已五次在海外发行英文版。

随着行业进入高质量发展阶段，推动行业绿色低碳转型以应对气候变化已成为中国纺织服装行业的重要课题。基于行业温室气体排放情况梳理，《中国纺织服装行业绿色低碳转型的发展现状与展望》提到，得益于“煤改气”“煤改电”政策实行，近年行业排放强度产生较大降幅，能源结构得到有效优化。2017 年起，行业气候行动从产业端切入，以产业动员、基础设

施开发、标准化建设为抓手提升行业治理能力；逐渐向企业端延伸，从绿色制造、创新产品研发、可再生能源利用三方面推动头部企业先行。基于多年实践及当前政策环境，该文总结了未来行业绿色低碳转型的建议政策方向，期待在核算与评价体系、可再生能源、金融工具三大方向上加强涉碳规则互信并提供企业减排利好政策支持，推动行业企业主动参与行业气候治理。

2017 年起，中国纺织工业联合会发布“2050 年实现零碳产业”的行业气候愿景，并制定行业减碳路线图。2018 年 12 月，在《联合国气候变化框架公约》第 24 次缔约方大会（COP24）上，中国纺联作为缔约支持组织之一共同发布《时尚业气候行动宪章》，同意采取一致解决行动，减少时尚行业在整个价值链中对气候的影响。2020 年 9 月 23 日，中国宣布“双碳”目标次日，中国纺联秋季联展设专门展位作出响应，展示行业气候行动进展，中国纺织服装行业成为中国第一个响应“双碳”目标的行业。2023 年中国纺联发布《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035 年）》，提出“将通过优化能源消费结构、稳步推进节能低碳转型、推动信息化数字化管理赋能和加强行业应对气候变化试点示范建设，分阶段完成纺织行业‘双碳’目标和任务”。

(综编)

Region / 区域

2024 纺织鞋服工业增加值增长 7.5%，福建谋划产业新发展

为深入学习贯彻党的二十届三中全会精神和习近平总书记在福建考察时的重要讲话精神，汇聚行业智慧力量，加快发展新质生产力，推进纺织鞋服产业高质量发展，1 月 3 日，2025 年福建省纺织鞋服专家产业工作交流活动在福建师范大学召开。本次活动由福建省工业和信息化厅、福建师范大学主办。

纺织鞋服产业在福建产业体系中占据重要地位，产业规模居全国第三位，呈现出规模大、链条全、龙头强的特点，形成了“前端化工原料，上游化纤制造，中端纺织印染，下游鞋服产品，配套纺织机械等”完整的产业链条，构建了“从一滴油到一件衣、一双鞋”的协同配套体系。近年来，省工信厅多方遴选一批业务能力强、行业经验足的专业人才组建纺织鞋服专家小组，更好地为产业发展提供有力支撑。2024 年纺织鞋服产业保持稳中有进发展态势，1—11 月全省纺织鞋服产业工业增加值增长 7.5%，高出全省规上工业 0.8 个百分点；化纤、服装、鞋产量分别增长 12.3%、7.8%、4.7%。

现场，福建省工信厅消费品处负责人介绍了纺织鞋服产业工作开展情况。专家们围绕锻长板、补短板、强弱项，从培育新质生产力、产业智改数转、重点技术攻关、公共平台提升、产能优化布局等多方面深入交流、踊跃发言，积极为纺织鞋服产业发展建言献策，研讨 2025 年产业工作重点方向，气氛活跃热烈。

活动还围绕新材料开发、绿色循环发展、鞋服功能设计、数实融合创新等行业热点，组织参观调研“聚合物资源循环利用教育部工程中心”“国家体育总局运动机能重点实验室”，邀请专家作创新成果主题分享，推动行业信息互通、资源共享、优势互补，推进科技创新和产业创新深度融合。（陈雷）

提振消费看大朗，“毛衣节”上演一站式服务盛宴

1 月 5 日，为期 9 天的 2024 年大朗毛衣节圆满落下帷幕。本届大朗毛衣节，众多品牌名店、工厂店、设计师工作室及特色展位汇聚毛织贸易中心，共同展示款式新颖、工艺精湛、物美价廉的毛织品。活动进一步推动提升了大朗毛织商圈的消费活力和商贸繁荣，展示和宣传了大朗毛织区域品牌，也让广大市民群众享受大朗毛织生产和供应优势所带来的实实在在红利，为大朗这座羊毛衫名镇再度添上浓墨重彩的一笔。

自 2013 年起，东莞市毛纺织行业协会举办一年一度的大朗毛衣节活动。该活动致力于为毛织企业打造品牌展示与市场推广的平台，为消费者提供直购大朗毛衣的便捷渠道，营造“购毛衣，到大朗”的浓厚氛围，全面展现大朗这座城市的活力、时尚与和谐之美，全方位提升了大朗毛织的知名度与影响力。多年来，大朗毛衣节不断沉淀、创新，在拉动消费、推广毛织文化方面发挥了不可替代的作用，成为大朗毛织继“织交会”后的又一张闪亮名片，深受参展企业和市民的喜爱。

本届大朗毛衣节“品质毛衣，价格直降”，众多精心设计的毛衣琳琅满目陈列各展销摊位，从复古风的麻花针织，到充满科技感的智能温控毛衣；从童趣盎然的卡通图案款，到高级定制的奢华羊绒系列，应有尽有，满足了不同年龄、不同风格人群的时尚追求。

活动期间，大朗毛衣节创意集市热闹开市，艺术汇演精彩纷呈，各类活动目不暇接，更有美食摊位香气四溢，让消费者在此畅享“吃喝玩乐购”的一站式服务盛宴，沉浸于愉悦的消费体验之中，感受大朗毛衣节的独特魅力与活力氛围。（周申）

Scene / 现场

“乌蒙村秀”新年唱响彝族服饰时尚新乐章

2025 年第一天，由时装设计师阿迪阿思和彝族歌手阿莎阿格联手打造的“乌蒙村秀”在贵州省盘州市乌蒙大草原坪地乡的小树林村“醒山庭院”内举行。这场活动旨在通过民族服饰秀展示，实现彝族传统服饰与现代服饰的完美融合，展现独特的民族魅力与时尚元素，将彝族阿妈的风采与家乡文化和乡村特色推向更广阔的舞台。

活动现场精致而充满创意，村民们身着节日盛装，纷纷前来参与。阿莎阿格以悠扬的歌声为活动拉开序幕。庭院里特意邀请的模特与彝族阿妈们身着精心准备的服装，以特有的方式作了演绎。

本次“乌蒙村秀”特邀中国服装设计最高奖“金顶奖”获得者、中国纺织非遗推广大使张义超加盟，将民族传统服饰与现代服装巧妙结合。这些服饰既实用又舒适，不仅保留了彝族传统服饰的红、黄、蓝、白、黑等主色调，和云纹、火焰纹、花草纹等采用动植物和自然景观元素的传统图案，还巧妙融入了现代时尚元素。精致的剪裁、流畅的线条以及独特的纹样设计，将时尚与传统深度融合，展现出不一样的视觉效果，更具有浓厚的民族特色和美学价值。

阿迪阿思和阿莎阿格在接受采访时说：“希望通过‘乌蒙村秀’这一平台，让更多的人了解和关注彝族文化，也希望能够激发更多人对传统文化的热爱和传承。乌蒙村秀将每月定期举办，通过这一连续性的活动，扩大对家乡的宣传，带动家乡的旅游产业发展和地方特色农副产品的推广。”她们表示，会继续努力将彝族文化与现代时尚相结合，创作出更多具有民



“乌蒙村秀”通过民族服饰展示，展现独特的民族魅力与时尚元素。

族特色和时尚元素的作品，并在 2025 年 3 月带着阿妈们走出大山，参加在北京举办的中国国际时装周，展现民族特色服饰，为彝族文化的传承和发展创新赋能。

“乌蒙村秀”为彝族文化的传承和发展注入了新的动力和活力，在传播彝族文化的独特魅力和深厚底蕴的同时，加深了外界对彝族文化的了解和认识，以一场时尚盛宴，构建起文化交流和传承的崭新平台。（贺兰）

Company / 公司

鸿天集团：核心业务持续增长，创新驱动发展新篇章



鸿天集团主题年会现场。

近日，鸿天集团“不忘初心 共赴山海”主题年会圆满落下帷幕，这不仅是对过去一年辛勤付出的总结与回顾，更是对未来发展的清晰展望与规划。

过去的一年，鸿天集团业绩连续保持增长，交出了一份令人瞩目的成绩单，不仅在核心业务领域取得了显著成就，还在多元化发展和国际化进程上迈出了坚实的步伐。

鸿天集团多位高管在年会上进行了年度总结，分享了各自领域的成果与经验。在纺织服装的核心业务上，销售团队积极开拓市场，不断挖掘客户需求，通过不断创新策略和优质的服务，与各大合作伙伴紧密合作，持续拓展销售渠道，使集团的销售额再创新高。同时，注

重客户反馈，及时调整产品和服务，客户满意度也得到了显著提升。

从各位高管的年终述职报告不难看出，创新在鸿天集团发展中起到了关键作用。在过去的一年里，团队投入大量精力进行技术研发和产品创新。他们紧跟行业发展趋势，不断推出具有竞争力的新产品和解决方案。通过技术创新，不仅提高了产品的质量和性能，还为集团的可持续发展奠定了坚实基础。

业绩的持续增长，是全体员工共同努力的结果，也是企业战略决策正确的体现。鸿天集团始终坚持以市场为导向，以客户为中心，不断优化产品和服务，提升企业核心竞争力。同时，加强内部管理，完善各项机制，提高工作效率和执行力，为企业的发展提供了有力保障。

在年会上，鸿天集团董事长李林提出了企业多元化发展战略和国际化目标。他表示，随着市场竞争的日益激烈和行业的不断发展，鸿天集团不能满足于现有的业务模式，必须积极寻求多元化发展，拓展国际业务领域，成为多元化的国际集团公司。

未来，鸿天集团将在巩固现有核心主营业务的基础上，逐步涉足相关领域产业的布局，通过技术创新和产业整合，打造具有核心竞争力的产业集群。同时，积极探索跨界合作，与其他行业的优秀企业开展战略合作，实现资源共享、优势互补，共同推动集团的多元化发展。

鸿天集团在保持核心业务优势的同时，积极拓展新兴产业，形成了多点开花的业务格局，这种多元化布局不仅增强了集团的运营能力，还为未来的可持续发展创造了更多可能。（万晗）

探讨AI与纺织融合发展之路

纺织行业创新平台研讨会在盛泽召开

■ 本刊记者_郝杰

当人工智能（AI）以迅猛的速度发展和渗透到各个领域，成为推动社会进步与变革的重要力量时，如何发挥纺织行业创新平台的作用，更好地将人工智能与纺织相融合，驱动纺织行业的高质量发展？

2024年12月26日，纺织行业创新平台研讨会暨AI赋能纺织新质生产力交流会在江苏吴江盛泽镇举行。来自纤维新材料研发、纺织制造等领域的专家学者，纺织创新平台负责人，AI领域的相关高校、科研院所、企业家、终端用户等代表会聚一堂，探讨产业与AI融合发展之路。

智能化全球趋势下的产业结构改革

中国纺织工业联合会副会长李陵申致辞表示，纺织与人工智能的融合发展已经成为既定的全球趋势，纺织产业与人工智能的融合有助于供给侧结构性改革，提升经济质量和行业地位，促进新业态、新模式的转换，推动产业链向智能纺织材料、个性化定制等新兴领域拓展。为了更好发挥行业创新平台作用，持续推动AI与纺织行业深度融合，李陵申建议：一是搭建纺织行业AI创新公共服务平台，深化行业典型应用场景应用；二是完善AI赋能纺织标准体系建设，以标准支撑和引领AI融合创新；三是加强复合型人才培养，为AI赋能行业发展提供智力支持；四是强化政策引导与支持，解决AI赋能行业发展技术瓶颈。

江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司董事长梅铮致辞表示，纤维新材料是推动整个纺织产业链升级与转型的关键。国家先进功能纤维创新中心作为纺织行业首个国家级的制造业创新中心，有160多家联盟单位，聚焦高端用纤维材料及纺织品、功能纤维新材料、前沿纤维新材料等领域的科技研发，构建从基础研究、技术开发、产品制造、商业化应用全链条的创新联盟，共同探讨纤维新材料的发展趋势、技术创新路径以及产业协同的新模式。

国家先进功能纤维创新中心研发部副部长张林在“打造高能级创新平台推动纺织新质生产力发展”主旨报告中，分享了从高科技、高效能、高质量的维度发展纺织新质生产力的认识，交流了建设高能级先进功能纤维创新平台的实践，介绍了纤维新材料科技创新成果案例，以及纤维新材料领域的技术创新趋势。

集思广益，共筑产业AI新路

主题报告环节，上海市人工智能学会理事长、同济大学CIMS研究中心教授张浩从数字孪生的发展历史和模型基础出发，介绍了数字孪生在智能制造中的应用，以及数字孪生工厂的特点。他提出，人工智能将在纺织工业中为产品设计、生产制造、运营管理、可持续发展、元宇宙等领域带来应用变革。

东华大学教授、高性能纤维及制品教育部重点实验室主任、纺织行业新型聚酯纤维设计与制备重点实验室主任王华平对智能制造的历史变革、纤维智能制造技术体系、智能物流、智能管控等内容进行分享，介



研讨会现场。

绍了智能化技术如何为纤维制造注入新的活力与创造力，不仅推动生产效率的大幅提升，更在产品质量把控、创新研发等多方面开启全新局面。

上海人工智能行业协会部长、大模型专班负责人刘涛在会上清晰地呈现了大模型在当下发展进程中的关键节点与方向，深入剖析了大模型应用落地过程中所面临的机遇与挑战，启发纺织行业在人工智能领域积极探索创新应用模式，更好助力纺织数字化转型与行业的高质量发展。

华东理工大学教授林嘉平介绍了基于人工智能的高性能材料结构设计、AI plus高分子研发平台等内容，为高分子材料领域的科研人员提供了全新的方法论与研究思路，提出未来材料科学将在人工智能的助力下，催生出更多性能卓越、功能独特的先进高分子材料，引领材料科技迈向智能化、高性能化的崭新阶段。

纺织产品开发中心主任、纺织行业数字化创意与协同设计重点实验室主任李斌红以纺织产品开发数据分析系统、纤维材料创新应用平台等为例，分享了数智技术的发展趋势和应用实践，以及数实融合创新产业生态等内容。报告展示了AI技术在纺织产品从设计构思到成品落地全过程的深度渗透，激发更多从业者探索智能技术与纺织行业的融合发展。

东华大学人工智能研究院执行院长、教授，纺织行业智能制造与机器人重点实验室主任张洁在会上作“以‘人工智能’之新促纺织材料智能制造技术发展”报告，不仅为纺织企业在智能化转型的浪潮中指明了方向，更为科研人员探索跨学科创新提供了宝贵的思路与实践范例。

2024 纺织行业创新平台目录发布

会议发布了2024年纺织行业创新平台目录。中国纺联于2018年首次启动了创新平台的认定工作，每年认定发布一次。截至2024年，认定的纺织行业创新平台共137个，其中包括纺织行业重点实验室70个、纺织行业技术创新中心67个。

2024年，通过认定的创新平台22个，其中行业重点实验室7个，行业技术创新中心15个。7个行业重点实验室分别依托华东理工大学、青岛大学、山东理工大学、上海应用技术大学、天津工业大学、天津科技大学、中国科学院宁波材料技术与工程研究所7家单位建立，涉及生物基纤维、海藻纤维、碳纤维、陶瓷纤维、湿法非织造、高端装备设计及柔性智能可穿戴等行业重点领域。15个行业技术创新中心分别依托爱慕股份、达利（中国）、迪尚集团、致兴纺织、孚日集团、永荣锦江等15家行业骨干企业，涉及服装功能化和智能化、牛仔和毛巾高端化制造、高性能与功能性纤维、新型高端装备及新型纺纱工艺等领域。这些研究方向都是行业“十四五”和未来“十五五”重点的技术创新方向。

会后，与会代表还参观了亨通集团和国家先进功能纤维创新中心。TA



与会代表合影。

智能纤维与柔性可穿戴：协同创新的未来产业

■ 本刊记者_郝杰

近期举行的中央经济工作会议提出，要以科技创新引领新质生产力发展，培育未来产业。智能纤维与柔性可穿戴是纺织未来产业的重要领域，也是“十五五”行业科技攻关的方向之一。当前这一领域尚处于萌发阶段和产业化初期。如何更好规划产业的发展？2024年年底这场被称为纺织科技年度“压轴大戏”的会议就相关问题进行了研讨。

2024年12月26—27日，首届智能纤维与柔性可穿戴技术研讨会暨中国纺织工业联合会智能纤维与柔性可穿戴工作组（以下简称：工作组）成立大会在江苏吴江盛泽镇召开。会议旨在更好紧密连接纺织产学研各方力量，促进行业内外优质资源共享，推动智能纤维与柔性可穿戴全产业链的协同创新。

成立工作组，推动协同创新

为引领纺织行业科技进步、带动产业升级、培育新质生产力，以基础性、根本性、关键性创新为重点，打造纺织产业未来和未来纺织产业，中国纺织工业联合会决定成立智能纤维与柔性可穿戴工作组，以更好整合行业内外优质资源，推动智能纤维与柔性可穿戴全产业链的协同创新。工作组的任务是谋划战略方向，部署产业协同，助力智能纤维与柔性可穿戴产业突破发展瓶颈，更好地推动纺织产业高质量发展。

吴江高新区党工委书记、盛泽镇党委书记陈宇致辞表示，盛泽高度重视纤维产业的发展，将其作为撬动面料向材料转型、引领纺织产业延链补链强链的重要支点。盛泽狠抓产业科技创新融合发展，充分发挥国家先进功能纤维创新中心龙头引领作用，推动规上企业研发机构全覆盖，区域性科创高地加速崛起。此次工作组的成立，将加快盛泽科研成果的转化应用，助力纺织产业不断迈向高端化、智能化、绿色化。

中国工程院院士、中国纺联和国家先进功能纤维创新中心首席科学家俞建勇致辞表示，智能纤维与柔性可穿戴技术作为新材料与信息技术相融合的产物，正迅速改变人们的工作生活和社会的运行方式。尽管前景可期，但存在刚性材料与纺织材料结合难、续航不足、数据精确度差、用户体验不佳，科技成果转化效率低、成本高等亟待突破的难题。他建议，系统梳理智能纤维及可穿戴产业发展的技术瓶颈，发挥行业重点实验室、制造业创新等行业平台的作用；培育高水平的企业梯队，建设行业标志性应用场景；优化产业支撑体系，加强标准引领和专利转化。

中国纺联副会长、智能纤维与柔性可穿戴工作组组长李陵申指出，2023年发布的《建设纺织现代化产业体系行动纲要（2022—2035年）》强调，要以基础性、根本性、关键性创新为重点，打造纺织产业未来和未来产业。展望“十五五”，中国纺联将持续坚持以企业为主体，以跨界应用场景为牵引，以标志性产品为抓手，加强智能纤维与柔性可穿戴产业的前瞻规划与政策引导，加快形成纺织新质生产力。

李陵申对工作组未来工作提出几点建议：一是优化顶层设计规划，驱

动产业创新升级；二是强化跨界协同创新，助力应用场景拓展；三是主动谋划重点项目资源，聚力攻克关键核心技术；四是强化标准引领与专利护航，提升产业持续发展动力。

围绕智能纤维与柔性可穿戴技术的产学研合作模式、行业标准制定、市场前景展望等热点话题，与会代表展开热烈讨论并提出建设性意见。大家认为，跨学科、跨领域的协同创新是推动智能纤维与柔性可穿戴技术发展的关键，需要进一步加强高校、科研机构与企业之间的深度合作；同时，加快行业标准制定，规范市场秩序，提升产品质量与安全性，也是促进产业健康可持续发展的重要保障。

技术研讨，分享最新成果

研讨会上，院士、行业专家和学者从智能纤维的材料创新、柔性可穿戴设备的设计优化，到大规模生产中的工艺难题攻克等多维度展开论述，分享该领域的最新进展。

爱因斯坦世界科学奖得主，被誉为能源界“诺贝尔奖”的ENI奖得主、中国科学院北京纳米能源与系统研究所所长王中林在会上深入剖析了智能纤维与柔性可穿戴领域的前沿技术与创新理念。报告阐述了基于纳米能源技术在智能纤维中的应用突破，讲解了智能材料的微观世界和宏观应用。

中国科学院院士、东华大学材料科学与工程学院院长、纤维材料改性国家重点实验室主任朱美芳从高科技、高效能、高质量的角度，梳理了新型功能纤维材料在柔性可穿戴领域的研发背景、研究案例与应用前景，并强调了材料创新在智能纤维与柔性可穿戴产业中的核心地位，激励科研工作者积极投身到产业创新中去。

香港理工大学教授陶肖明从系统功能范围扩大化、系统集成多元化、功能器件与纺织结构异质异构集成化、功能材料的安全化等角度展开，分享了香港理工大学智能可穿戴系统研究院近年来的研究方向和成果。

国家体育总局体育科学研究所智慧体育研究中心主任李祥臣提出了主动健康方法论，即从病毒对抗范式转向健康增强方式。智能可穿戴设备对于主动健康是不可或缺的，但目前还存在算力不足、通信瓶颈、异质集成、功耗过大等难题。智能可穿戴是新质生产力的重要方向，未来会催生万亿级的新领域。

会议期间，与会代表还参观了国家先进功能纤维创新中心、苏州真空互联大科学装置、中国科学院苏州纳米技术与纳米仿生研究所，对智能纤维、先进纳米复合材料的创新研发进行交流。TA



岁末年初，不仅是时间轴上的交汇点，更是行业回顾往昔、展望未来的重要时刻。《纺织服装周刊》特此推出“会长新年谈”专栏，深入对话各专业协会会长，通过他们的战略眼光和独到视角，全面而生动地展现纺织服装行业在过去一年中的发展亮点与成果，直面当前面临的困难与挑战，并积极探讨行业的应对与发展方向，为业内人士提供参考与启迪。

会长新年谈

中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长 陈大鹏： 在压力和挑战中砥砺前行

本刊记者_刘嘉



陈大鹏

2024年，服装行业经历了新一轮新的变革与挑战。这一年里，全球经济波动的余波仍对行业产生着深远影响，而中国服装行业展现出了非凡的韧性与创造力。《纺织服装周刊》特别采访了中国纺联副会长、中国服装协会会长陈大鹏，请他为我们总结2024的经验、拨开2025的迷雾，以前瞻视角，再次书写服装行业的辉煌篇章。

2024年服装经济稳步恢复

TAweekly：请您先介绍下2024年中国服装行业经济运行情况。

陈大鹏：2024年是充满较大困难和挑战的一年，是行业迎难而上、砥砺前行的一年。这一年里，国际环境更趋复杂严峻和不确定，国内经济正处于高质量发展转型的关键时期，有效需求不足等结构调整阵痛持续释放，给行业发展带来了前所未有的压力和挑战。

面对全新的发展环境，我国服装行业深入贯彻落实党中央、国务院决策部署，坚持稳中求进工作总基调，积极发挥国家系列存量增量政策效能，持续优化产业结构，加快创新调整步伐，推进发展动能转换，行业在压力中呈现出恢复性增长的态势，展现了强大的发展韧性和潜力。

从生产看，在国内外市场需求有所恢复和产品结构调整等因素的带动下，服装生产总体平稳。根据国家统计局数据，2024年1—11月，我国服装行业规模以上企业工业增加值同比增长0.7%，增速比2023年同期回升9.0个百分点。规模以上企业完成服装产量185.7亿件，同比增长3.9%，增速比2023年同期回升13.9个百分点。

从内销看，在国家促消费政策逐步显效、新型消费新业态新模式激发市场活力等因素支撑下，服装内

销市场保持增长，但受消费意愿不足、市场竞争加剧等因素影响，内销增速有所放缓。根据国家统计局数据，2024年1—11月，我国限额以上单位服装类商品零售额累计9493.0亿元，金额与2023年同期持平，穿类商品网上零售额同比增长2.8%，增速分别比2023年同期放缓13.8和6.4个百分点。

从出口看，面对日趋复杂的贸易环境，外贸压力与韧性并存。在国际市场需求复苏动能偏弱、地缘政治冲突加剧、贸易保护主义盛行及汇率波动等风险挑战交织叠加的影响下，我国服装出口仍保持韧性，产业链竞争力持续释放，市场规模基本稳定。根据中国海关数据，2024年1—11月，我国累计完成服装及衣着附件出口1442.2亿美元，同比下降0.2%，降幅比2023年同期收窄8.4个百分点。

从投资看，产业创新态势持续增强，彰显产业发展信心。面对国内外市场的变革，服装企业持续深化转型升级，积极加大智能化生产、商业模式创新、品牌建设、渠道布局等领域投资，固定资产投资增长突出，发展信心更加坚定。根据国家统计局数据，2024年1—11月，我国服装行业实际完成投资同比增长18.2%，分别高于纺织业和制造业2.0、8.9个百分点。

从质效看，我国服装行业努力克服消费需求不足、内卷式竞争加剧等困难和挑战，在宏观政策效应持续释放、新质生产力加速发展等因素的支撑下，行业运行质效延续承压恢复态势，营业收入和利润总额实现恢复性增长，企业盈利能力及主要运营指标趋于改善。根据国家统计局数据，2024年1—11月，服装行业规模以上企业营业收入同比增长2.6%，增速较2023年同期回升8.6个百分点。规模以上工业企业利润总额同比增长3.9%，增速比2023年同期回升8.7个百分点。规模以上企业营业收入利润率为4.83%，高于2023年同期0.06个百分点，比2024年1—10月提

升0.3个百分点，年内呈现逐步回升态势。

整体来看，2024年我国服装行业经济运行总体平稳、稳中有进，行业主要运行指标均较2023年有所改善，稳步恢复的发展趋势日益明显，行业下一步稳步向好的基本盘日趋巩固。

TAweekly：在外部压力加大、内部困难增多的复杂形势下，2024年中国服装行业发展呈现了哪些积极变化？

陈大鹏：困难是产业进步的“磨刀石”，也是检验产业发展的“试金石”。2024年以来，面对外部压力和困难，我国服装行业在保持合理增长的同时，高质量发展也在扎实推进，全行业呈现出勇于创新、不断变革的新趋势。

一是产品价值不断提升。面对消费变革，行业企业回归产业本质，从工业设计、时尚创意、文化融入、数字消费等方面满足消费需求，产业供给水平大幅提高，为服装市场发展和繁荣起到了重要的价值支撑。

二是品牌价值持续提高。我国服装品牌加速市场细分，成为品牌孵化的重要新赛道。在此基础上，一大批服装品牌不断提升设计原创、文化承载与应用能力，中国时尚风格与美学已经成为市场创新的重要引领性力量。

三是科技创新价值提高。在深化材料、工艺创新的基础上，行业两化融合步伐明显加快，智能车间、智能工厂整体解决方案日趋成熟，个性化定制、柔性快供应链等模式加速普及，特别是AI和3D虚拟技术的广泛应用，正在大幅提高着全行业的运行效率。

四是“出海”模式加速变革。贸易摩擦风险因素的提升，不仅没有终结全球化的步伐，反而进一步激发产业升级，更多的自主服装品牌走向国门，提高着我国服装品牌知名度和国际化发展水平。从产品走出去到产能走出去，从品牌走出去到资本走出去，我国服装产业国际化进入新航海时代。

五是企业发展理念更加务实。行业企业价值观、发展观日益清晰，行业企业向内求、修内功，加快组织变革，向管理要效益，更加注重守正创新，更加务实稳健高效，高质量发展成为全行业共识和自觉行动。

顺应时代大势砥砺前行

TAweekly：此前举行的中央经济工作会议指出，将从扩大内需、科技创新、对外开放、区域发展等方面做好2025年经济工作，您认为这释放了哪些信号？对于服装企业而言，2025年应重点把握哪些国内政策利好与市场趋势？

陈大鹏：中央经济工作会议在关键节点和关键时刻做出重大决定，2025年将实施更加积极有为的宏观政策，稳定预期、激发活力，推动经济持续回升向好，高质量完成“十四五”规划目标任务，为实现“十五五”良好开局打牢基础。

作为创造美好生活的基础性消费品产业和民生产业，我国服装行业要全面贯彻落实中央经济工作会议部署，真正把会议精神转化为行业创新发展的生动实践，有效推进行业高质量发展。

我们要切实把握全面提振内需的战略机遇期，加快提升时尚供给能力。“大力提振消费、提高投资效益，全方位扩大国内需求”是2025年经济工作的首要任务。行业企业要以高质量满足消费需求为出发点，提升产品品质、强化时尚创意、创新消费场景、打造融合生态，在此基础上，更要进一步细分品牌定位，强化品类创新，关注情绪价值、美学价值、体验价值、服务价值，培育经济新增长点。

我们要切实把握科技创新的关键窗口期，发展壮大企业核心竞争力。要拥抱科技变革的时代，加快发展新质生产力，推动企业和品牌年轻化、常青态发展。同时，借助新科技催生的理念和

思维变革，加速组织、制度、人才、管理等系统更新和升级，构建与时俱进的组织基因。

我们要切实把握扩大高水平对外开放的重要黄金期，加快建设服装强国。要在进一步巩固传统市场的基础上，协同开发“一带一路”、RCEP等新兴市场，拓展产业“出海”空间。要优化出口产品结构，创新跨境电商等新业态，提升产业出海质量。要关注国际市场与地缘政治变化，加强对美国等国家贸易政策变化的研判，提升出海风险应对能力。

我们要切实把握国家区域战略深入推进的重大攻坚期，增强区域发展活力。一方面，要在加速构建数字化配套协作体系，形成不同生产规模、不同经营方式的企业融合发展新格局，以打造现代化产业集群。另一方面，加快建立健全产业园区、产业集群深度对接机制，推动沿江合作、跨省协同，促进东、中、西、东北地区产业协作，推动产业集群协同发展。

TAweekly：面对外部环境变化所带来的不利影响加深，您认为2025年国际市场环境将呈现怎样的走势？譬如特朗普政府上台将给产业发展带来哪些考验？有哪些应对之策建议？

陈大鹏：展望2025年，我国服装行业发展面临的不稳定不确定因素依然较多。特别是特朗普政府上台后，贸易摩擦风险的再度加大，将会对我国服装国际贸易产生影响，在对外贸易出口形成直接压力的同时，也会进一步引发全球产业链的重组和产业区域结构的调整。

面对2025年国际市场的诸多不确定性，企业需要积极应对，特别是在自身转型和创新方面要做好以下几个方面：

一是彻底改变传统的发展观和发展方式，平衡好差异化与规模化的关系，顺应大势，以创新导向的内涵式、内生型发展，做对、做好、做强，聚焦效率效益，强化创新驱动，强化品牌引领，关注发展质量。

二是拥抱科技变革的时代，通过数字技术、大数据、人工智能的应用，创新制造范式和商业模式，形成新的能力，这是企业跨越衰退、老化的根本所在。同时，科技变革带来的更是理念和思维的变革，是组织、制度、人才、管理的更新，构建起与时俱进的组织基因，是企业核心竞争力的重要体现。

三是作为消费品行业，起点和终点都是消费者，对消费者的研究，对生活方式和文化发展的研究是企业的创新之源。以差异化、独特化做到专精特新，坚持创造价值、坚持创新性、坚持客户至上，以风格、品质和品位而不是价格为基础的“性价比”和“心价比”，是品牌价值创造的关键所在。

四是数字经济时代是互联共生、协同共赢的时代，和上下游及所有利益关联方形成共同价值关系，以利他主义形成健康成长的力量，以长期主义不断迭代进化。源自热爱，始终真诚，做正确而难的事，相信时间的力量。

踔厉笃行谱强国新篇

TAweekly：2025年是“十四五”规划的收官之年，对于服装企业与服装同仁，您有哪些寄语？

陈大鹏：新的一年，面对百年未有之大变局，旧的秩序正被打破，新的秩序正在建立。我们看到，一个全新时代的全新产业生态正在形成之中，这是我们再一次走向强大的机遇。我们既要直面困难，又要充满信心。在新一轮产业变革和市场重构的大浪潮中，我们要保持定力、涵养能力、跃迁认知、稳健提升。

我相信，只要我们聚焦专业，做强主业，就一定会在巨变中把握不变，在不确定中把握确定，于立与破、竞与合、快与慢的产业重构和重塑中洞悉新路径，展现新作为，迎来更加广阔的发展新前景！**TA**

会长新年谈

中国化学纤维工业协会会长 陈新伟：

2024年呈恢复性增长态势，
2025年将稳健发展

本刊记者 郭春花



陈新伟

在宏观经济平稳向好的背景下，2024年我国化纤行业展现出了恢复性增长态势。尽管受到低基数效应减弱的影响，部分指标增速有所放缓，但行业依然保持了稳健的发展步伐，在品牌建设、绿色发展、技术创新等多个方面取得了进一步的成绩，为未来的发展奠定了坚实的基础。岁末年初，《纺织服装周刊》专访中国化学纤维工业协会会长陈新伟，就化纤行业的现状与未来发展进行了深入解读。

在挑战和机遇并存下，行业稳步增长

2024年，我国宏观经济保持了平稳向好的态势，为纺织化纤行业的运行创造了有利条件。陈新伟指出，化纤行业在这一背景下，产量实现了稳步增长。特别是锦纶行业，由于产能没有大幅扩张，同时部分领域的应用增量，锦纶长丝负荷一直保持在90%以上，显示出强劲的市场需求。根据国家统计局数据，2024年1—10月，化纤产量为6564万吨，同比增长9.14%，环比来看，增速呈现逐步回落态势。

总体来看，2024年化纤行业经济效益同比提升，运行质量有所改善。据国家统计局数据，1—10月化纤行业实现营业收入9536.26亿元，同比增加7.15%；实现利润总额216.41亿元，同比增加38.24%，由于基数原因，利润增幅逐步收窄。但行业平均营业收入利润率为2.27%，仍处于近年来偏低水平。

固定资产投资方面，呈现增速回升但实际新增产能放缓的态势。根据国家统计局数据，2024年1—10月化纤行业固定资产投资额同比增加5.9%，而2023年同期为-9.7%，低基数效应下投资增速回升。但从行业新增产能来看，2024年，聚酯纤维新投196万吨，产能增长有所放缓；聚酯瓶片仍处于扩张周期，新投产大约405万吨。

据中国海关数据统计，2024年化纤行业1—11月化纤主要产品合计出口量同比增长0.17%，累计同比增速由负转正。分产品看，涤纶长丝出口同比下降4.78%，主要是受印度出口量下滑的拖累；土耳其出口降幅仅次于印度，很大程度上是因为需求缺口减少。涤纶短纤和锦纶长丝出口表现较好，1—11月出口量分别同比增长6.84%和14.04%。

与时尚元素深度融合，
纤维品牌建设取得新成效

从中国纤维流行趋势发布到中国纤维品牌联动创享汇，再到中国纤维流行趋势对接交流活动（以下简称：纤维之路），近两年来，在品牌建设方面，化纤行业取得了亮眼的成绩。

陈新伟表示，已持续举办14年的中国纤维流行趋势发布活动已经成为国家纺织行业权威趋势发布IP，引领产业链、价值链提升，成为链接产业上下游以及终端消费者的引力场与风向标。2024年，中国纤维流行趋势发布活动通过AI+裸眼3D等创新形式，将纤维品牌与时尚元素相结合，极大地提升了行业影响力。在中国纤维流行趋势平台支撑下，更多企业走向创新、绿色之路，企业开展的新品发布会形式更加多样化。参与企业也得到了巨大收获，如本年度发布的流行纤维，平均利润率为16.85%，远高于行业平均水平，85%的企业认为中国纤维流行趋势发布对入选企业向下游推广起到积极作用。

华峰千禧·中国纤维品牌联动创享汇自2023年3月启动后，得到了纤维企业的广泛关注。2024年，该活动在2025春夏中国国际时装周期间正式启动纤维品牌库建设，并发布了首批入库的8个品牌，这些品牌都是通过企业自主申报及对标《中国纤维品牌评价指标体系团体标准(T/CCFA 02012-2023)》后确定。

由融合而生，因创新而长。作为“中国纤维流行趋势”的重要延伸活动，纤维之路的足迹遍及北京、福建、广东、上海、江苏、浙江，组织重点化纤企业与数十家下游企业及优质品牌进行交流对接，通过趋势分享、多元层次对接、建立联系、产品创新等多种方式，为终端品牌提供了有效的原料趋势信息，提升了产业链对接效率，获得了与品牌方产品开发合作的契机，并引导纤维企业产品创新。

对于下一步如何加强纤维品牌建设，陈新伟表示，将进一步提升对入选化纤企业的服务水平，进一步提升中国纤维流行趋势研究深度，进一步加大创新模式及宣传力度，并推动桐昆·中国纤维流行趋势和华峰千禧·中国纤维品牌联动创享汇更紧密地联动起来，

有力支撑中国化纤企业品牌、中国纤维品牌的软实力建设，促进其真正的国际化发展。

绿色发展持续推进，绿色纤维得到更多认可

在绿色发展理念的强劲驱动下，越来越多的企业将绿色发展置于战略核心，化纤行业绿色制造水平进一步提升。行业资源能源消耗强度及污染物排放强度保持下降，节能减排技术进步明显，行业绿色发展标准体系不断完善。特别值得一提的是，循环再利用化学纤维、生物基纤维、原液着色纤维等各种绿色纤维层出不穷，已经在市场上占有重要的位置，成为行业一大亮点。

循环再利用化学纤维（以下简称：再生化纤）行业结构不断优化，规范企业数量增加，化学法再生路线实现产业化，高品质瓶片纺再生涤纶纤维得到市场认可。

生物基纤维产业化水平也在不断提升。莱赛尔、聚乳酸等纤维的产业化进程加快。这些纤维具有环保、可再生等优点，符合消费者对环保和健康的需求。随着生物基纤维的广泛应用，化纤行业的绿色发展将更加深入人心。

原液着色纤维市场份额持续增长。随着人们环保意识的逐渐深入及美好生活需要，集功能和环保于一体的原液着色复合功能纤维将拥有更加广阔的应用前景。

目前，通过绿色纤维及制品认证的企业达38家，其中两家为下游制品企业。

陈新伟表示，虽然“十四五”期间化纤行业绿色发展取得显著成绩，但仍存在一些问题，包括产品结构有待优化、绿色产品占比不足、循环再利用产品的鉴别手段不完善、绿色制造标准体系不健全、清洁生产审核工作落地不实等。对于绿色纤维认证工作，有相当多的企业还了解得不够，主要原因是在国家绿色产品认证体系中，绿色纤维尚未位列其中，这有待于进一步加强宣传、展示和推广工作。

未来，化纤行业要坚持节能优先，大力推进节能降碳技术推广应用，积极推动清洁生产改造，广泛开展绿色工厂、绿色产品、绿色供应链建设，加强废旧资源综合利用，加快低碳转型与产业发展相互促进、深度融合。

前沿学术研究不断涌现，工艺技术持续突破

2024年，化纤行业在科技创新的引领下，前沿学术研究不断涌现，工艺技术持续突破，科研成果丰硕，为化纤行业的转型升级和高质量发展注入了强劲动力。

在前沿学术研究方面，国内相关院校与企业继续发挥引领作用，涌现出大量高质量的研究论文。武汉纺大和浙江理工共同发表的《兼具高效抗熔滴性能的彩色聚酯纤维》等论文，涵盖了从基础理论到实际应用创新的多个维度，为化纤行业的技术升级和产品创新提供了有力支撑。这些研究成果不仅提升了化纤产品的性能，还拓展了其应用领域，推动了整个行业的进步。

在工艺技术方面，2024年化纤行业涌现出一批国际先进水平的成果。唐山三友、青岛大学等单位共同承担的《废旧棉再生纤维素纤维开发及产业化》及《多色系高色牢度原液着色粘胶纤维

2024年我国化纤行业展现出了恢复性增长态势，在品牌建设、绿色发展、技术创新等多个方面取得了进一步的成绩，为未来的发展奠定了坚实的基础。

技术开发及产业化》，两个项目整体技术均达到国际先进水平，其中废旧棉制备粘胶短纤维产业化技术达到国际领先水平。朗昆新环保和宜宾海丝特纤维共同承担的《粘胶纤维生产二硫化碳尾气生物法处理技术及产业化应用》，项目整体技术达到国际先进水平，实现粘胶纤维废气治理生物法技术突破及产业化应用。

值得一提的是，高性能纤维相关项目也取得了显著进展。四川衡耀、四川大学等单位共同承担的《连续玄武岩纤维表面修饰及高品质预浸料制备关键技术与产业化应用》项目，开发了增强型连续玄武岩纤维专用浸润剂，实现了高质量连续玄武岩纤维预浸料批量化生产。威海光威原丝卷绕机、预氧化炉、高低温碳化炉、碳丝卷绕机以及碳纤维生产成套装备，江苏兆盛预浸料生产、拉挤、成型设备，常州喷丝板厂高性能碳纤维喷丝板，新创碳谷多轴向经编设备、复合材料拉挤成型设备、碳纤维复合材料自动辊压成型设备等多项碳纤维设备及零部件相关项目均通过成果鉴定，达到国际先进水平。这些成果不仅提升了我国高性能纤维的自主创新能力，还增强了国产高性能纤维的市场竞争力。

此外，一批科研成果还获评了2024年度中国纺织工业联合会科学技术奖。其中，“热湿刺激响应型聚酯纤维及舒适性智能调节织物制造关键技术”项目荣获技术发明奖一等奖；“防弹防切割UHMWPE纤维及其轻量化复合材料制备关键技术与产业化”“聚酯复合纤维熔体直纺工程化技术研发与产业化”“聚酯纤维全产业链全局可视析智能大数据平台及集成技术”等三个项目，荣获科技进步奖一等奖。这些奖项的获得，不仅是对科研成果的肯定，更是对化纤行业科技创新精神的褒奖。

扩内需、优供给，2025年将稳健发展

展望2025年，化纤行业需积极应对外部环境的不确定性，以及国内宏观政策的变化，以保持行业的平稳运行和高质量发展。

对于化纤行业下一步发展方向，陈新伟建议，首先，要有效扩大纺织品服装消费需求。政策层面应强化扩大内需政策的落地实施，鼓励企业挖掘新的增量市场，如“国风国潮、大健康、银发经济”等，以满足消费者多元化、个性化的需求。同时，加强市场监管，确保产品质量，重建并巩固消费者对纺织服装产品的信任。

其次，深入推进供给侧结构性改革仍是关键。应引导企业谨慎投资，避免盲目扩张和同质化竞争，以实现行业的可持续发展。此外，严格能效约束，完善绿色制造标准体系，依法依规淘汰落后产能，为优化供给结构提供空间。同时，加大相关行业规范条件的落实力度，确保行业的健康发展。

最后，要强化行业自律，防止“内卷式”恶性竞争。政府应强化指导；行业协会应发挥桥梁和纽带作用，促进企业间的交流与合作；企业应树立长远眼光，避免短期行为，共同维护行业的市场秩序和健康发展。

综上所述，2025年化纤行业应以扩大需求、优化供给、加强自律为发展方向，积极应对外部环境的挑战，实现行业的平稳运行和高质量发展。同时，企业也应加强内部管理，提升核心竞争力，为行业的可持续发展贡献力量。□

会长新年谈

中国针织工业协会会长 林云峰：

解锁“新质”动力，重塑产业格局

■ 本刊记者_徐长杰



林云峰

为此，《纺织服装周刊》记者专访了中国针织工业协会会长林云峰，请他介绍2024年行业发展情况，并对中国针织工业2025年发展进行展望。

以新质力构建新格局

据国家统计局统计，2024年1—11月针织规模以上企业营业收入同比增长4.56%，增速较当年前三季度提升2.44个百分点。2024年10月份以来，行业的营业收入增幅提速明显，近两个月同比增速均实现两位数增长。2024年1—11月针织服装产量同比增长7.04%，增速高于平均水平3.1个百分点。利润总额增长提速，行业运营效益趋势向好。2024年1—11月针织行业规模以上企业利润总额同比增长11.14%，增速较前三季度大幅提高8个百分点，展现积极向好的态势。外贸方面，2024年1—11月我国针织产品出口950.07亿美元，同比增长4.46%，增速高于同期纺织服装出口2.46个百分点。林云峰表示，行业全年出口额预计将再次突破千亿美元，并有望在实现连续四年超千亿美元的基础上再创历史新高。

展望2025年，林云峰认为行业发展仍面临许多不确定性和挑战。面对全球经济增长乏力，单边主义、保护主义蔓延，地缘政治影响深化，美国或加征关税等潜在挑战，行业需着眼提升产品附加值，积极推动产业向中高端领域转型升级，以增强国际竞争力。着力以新质生产力构建新的产业发展格局和实力，推动产业科技、时尚、绿色、健康发展，加快促进产业现代化体系建设。

对此，林云峰提出，在国内产业方面要加快优化产业布局，充分结合各地区优势资源，按照主体功能定位，构建各具特色、有序竞争、差异化发展的空间格局。通过大数据分析、市场调研等手段，深入洞察消费者需求，开发出更加贴合市场需求的产品，进一步开拓内销市场。加强品牌建设，提升品牌影响力和美誉度，为针织行业的持续发展注入新的活力。

在国际产业链方面积极构建新的发展格局，以新质生产力推进国际国内双循环的融合发展。统筹整合全球优质资源，高质量“引进来”，高水平“走出去”。充分发挥国内产业优势，与国内外市场资源联动发展，带动行业整体朝世界纺织产业价值链的高附加值领域迈进。

把握新质生产力重要着力点

2025年既是“十四五”的收官之年，也将为“十五五”开局。在这一重要阶段，针织行业和企业发展的重点是什么？

林云峰表示，在这承上启下的关键时期，协会将开启“十五五”行业发展规划的编制工作。“我们要把发展新质生产力作为推动产业高质量发展的内在要求和重要着力点。以发展新质生产力推动产业升级与未来产业发展，坚定‘科技、时尚、绿色、健康’的发展主线，加快产业转型升级，提升供给质量，满足多样化、高端化消费需求，打造高品质生态环境，全面推进产业高质量发展”。

科技创新能够催生新产业、新模式、新动能，是新质生产力的核心要素。在未来的发展中要全面提升行业科技创新能力，行业要在结构创新、织造方式、成型技术等方面，围绕行业共性关键技术，加强基础性、颠覆性研发。针织复合材料是针织产业与战略新兴产业结合的重要领域，特别是高性能材料特种针织结构、复杂性结构、一体成形结构等能满足多类特种产品的应用。

培育发展新质生产力的新动能，激发需求潜能，通过时尚引领不断培养壮大终端消费。增强设计创新能力，推进流行趋势研究与发布，深入做好中国针织产品流行趋势、中国针织纱线流行趋势、中国袜品流行趋势等的研究和发布，引领潮流新风尚。大力发展数字消费、绿色消费、健康消费，在智能家居、文旅旅游、体育运动、国货潮品等领域积极打造纺织服装消费新动能。借助平台经济，打造消费新场景；深耕下沉市场，激活县乡消费活力。提升产品创新水平，完善设计创新生态。推动通用型高新科技、战略新兴产业与纺织行业融合创新，促进纺织行业与生物制造、商业航天、低空经济等先导产业的融合发展。

新质生产力本身就是绿色生产力。产业发展必须坚持践行人与自然和谐共生理念，打造绿色工厂，探索绿色制造新模式。优化行业绿色发展服务体系，推动针纺织绿色低碳产业标准和认证体系建设完善。深入构建废旧针织品及服装资源循环利用体系，加快高值化回收再利用关键技术研发应用。以建立全生命周期绿色低碳产业体系为目标，着力实现能耗、水耗强度及主要污染物排放量等关键指标稳步下降。

作为民生产业和大健康产业的重要组成部分，服务于人民群众健康美好生活是纺织行业发展的重要着力点，是行业发展新质生产力的重要阵地。作为实现先进结构材料的重要手段，针织行业以“编织”技术重新定义纺织、改变世界，如经编人造血管成为临床中应用最多的一种人造血管编织方法。充分发挥针织工艺特点，顺应保健养生、运动、医疗等健康消费需求，加快针织产品由单一功能向多功能、高舒适转变，个性化、多元化、场景化应用得到增强与凸显。同时，进一步强化产业安全建设，着力把提升生命质量与生活质量、提供高品质和多元化的健康产品与服务、夯实健康事业发展基础作为行业发展的重要使命。TA

要找布，用嘀嗒找布小程序

线上下单 · 线下找布

无需下载
便捷高效海量面料
一键触达规范服务
源头货源扫码下单
一键找布



一众柯桥纺企在激烈的市场竞争中脱颖而出。



柯桥纺企以科技手段打造更优性价比。

扩内需、破内卷？ 柯桥纺企先行一“布”

本刊记者_王利 文/摄

年前召开的中央经济工作会议提出“全方位扩大国内需求”，把扩大内需作为长期战略之举，并将综合整治“内卷式”竞争从行业内部提升至宏观政策层面。纺织服装作为我国传统优势产业，近年来面临着市场需求疲软、供需不平衡等现状，如何扩内需、破内卷，是当下行业企业面临的重要课题，也是迈向高质量发展之路的现实路径。

绍兴柯桥作为全球最大的纺织品集散中心，面对严峻的国内外形势，2024年，柯桥纺企都过得好吗？2025年，如何通过行之有效的举措将中央经济工作会议擘画的蓝图转化为“施工图”？近日，《纺织服装周刊》记者深入全国最大的纺织品专业市场——中国轻纺城市场，与多家经营户面对面沟通，了解2024年纺织企业发展情况、市场需求变化、创新应变之道，以及2025年如何优化企业布局，为纺织服装行业扩大内需、破解内卷贡献面料企业的解决方案。

在走访中记者发现，同样的课题下，柯桥诸多纺织企业犹如八仙过海、各显神通，以“一块布”率先布局，走出差异化之路。有的经营户加强面料研发创新，运用新材料、新工艺、新技术，重塑发展新优势；有的经营户围绕降本增效、产业链延伸、现货储备等方面下功夫，针对大众消费需求，力求做到极致性价比的惠民产品；有的经营户从细分、窄化、深耕等维度出发，专注小品类，做出“小而精”的特色化产品。

科技创新破内卷，重塑竞争新优势

在许多经营户看来，供需关系的失衡是内卷的根本原因之一。作为面料企业，产品的开发一方面要以当下市场需求为导向，形成需求牵引供给，推动有效需求和有效供给良性互动；另一方面还要放眼未来之变，加强科技创新，以高质量的供给创造新的需求，实现供需高水平动态平衡，增强企业竞争力、发展新优势。

在位于中国轻纺城东市场一楼的仁侯纺织门店里，来往的客流络绎不绝，提花、压绉、炒色等各种工艺的时尚面料整齐陈列着，吸引着客商驻足询问。公司总经理唐晓梅表示，创新是推动企业发展的不竭动力，而仁侯纺织的产品创新是把自己放在消费者的角度去思考，如何让消费者有更好的体验感是公司产品研发的重要方向。

在这样的创新理念驱动下，多年来仁侯纺织稳步发展，在时尚女装面料领域拥有独特的竞争优势。据唐晓梅介绍，公司从纤维、纱线原料开始面料设计，2025年春夏新品面料在材料运用上更多加入竹纤维、麻、桑蚕丝等天然环保原料，在风格上将体现AI元素的科技感和轻松自在的松弛感，在功能上加入抗菌、美肤、防晒等性能，目前许多下游客户对绿色环保和高性能的产品表现出合作意向。

无独有偶，在东宝纺织业务经理吴学龙看来，内卷只是针对同质化产品，而良性竞争恰能促进企业差异化布局和

市场健康发展。走进东宝纺织展厅如同步入花团锦簇的面料海洋，古迹寻奇、竹叶清影、富贵芙蓉、翩翩起舞、春回大地……每款面料都蕴含着其独特的设计理念。“我们公司醋酸面料为主，人丝和真丝为辅，通过不断尝试将醋酸与人丝、真丝、羊毛等纤维进行混纺，赋予面料更多可能性，通过栩栩如生的印花、高端大气的提花，将国潮文化展现得淋漓尽致，深受下游高端品牌客户青睐。”吴学龙说道。

以科技创新引领新质生产力发展，建设现代化产业体系作为2025年要抓好的重点任务之一，也是指引柯桥纺织行业企业转型升级的重要方向。对于部分柯桥面料企业而言，科技创新正是破内卷的关键钥匙，通过不断创新纤维材料、改进纺织工艺和优化产品设计，这些企业成功推出了一系列具有高科技含量、高品质和高性能的纺织产品，在激烈的市场竞争中脱颖而出，为行业树立了科技创新的典范。

降本增效扩内需，打造极致性价比

如何降本增效，让更多的消费者花更少的成本买到更优质的产品，以此扩大内需，是推动纺织行业持续健康发展的重要引擎。对此，许多柯桥纺企不断延伸产业链触角，采取自主采购纤维纱线、开设织造工厂、精准储备现货等举措，不仅能减少中间环节的成本，还能更好地把控产品质量，实现快速反应和极致性价比。

位于中国轻纺城东市场三楼的昭瑞纺织是一家工贸一体的企业，主营北极绒、颗粒绒、羊驼绒、泰迪绒等针织绒布及各种复合面料，广泛适用于里料、外套、围巾、帽子、宠物窝等领域。“我们有自己的坯布工厂，60余台圆机生产的面料全部自产自销，不用依赖外部供应商的生产能力，可根据市场需求灵活调整生产计划，还方便企业内部进行产品技术创新和工艺改进，每个款式长期备有几十个颜色的现货，不仅能满足客户快反需求，还能做到极致性价比。”公司总经理高琴说道。

在高琴看来，物美价廉的产品，才符合大众化的需求。“你看这两款面料，同样的颜色和成分，但一款是单股线织造，一款是我们经过工艺改善的双股线织造，后者不仅具有亲肤柔软的手感，还更显高级感和挺括感，不仅可以用于里料，还能用于外套、围巾等。放在一起对比，单股线织造的面料就稍微逊色一些，但价格相差并不大，所以很多客户都会选择双股线织造的这款。”交流中，高琴拿出两款同样是安哥拉红的北极绒面料向记者介绍道。

在柯桥，“性价比”原则已融入越来越多的企业发展。位于东兴路市场的雨帛纺织，主营中高端秋冬裤料，通过

将羊毛与腈纶、粘纤、氨纶、金属丝、桑蚕丝、醋酸等不同原料进行混纺，打造出差异化、特色化产品体系。而这样高品质的产品，主打的却是亲民路线。“我们不仅长期备有现货，还备有大量的纱线，可保持面料生产质量和质量稳定，品质和款式上可达到品牌客户要求，价格可满足电商和二批商等多元化客户群体需求。”公司总经理万佳佳说道。

高品质的产品和服务是打造极致性价比的基础，运用“性价比”原则，越来越多的柯桥纺织企业不断延伸产业链条、优化产品体系，通过降本增效提升企业竞争力，扩大内需市场份额，有效刺激了内需的增长。

聚焦细分促发展，做优特色小而精

据统计，在纺织行业，中小微企业比重超过99%。当前，纺织行业形势复杂多变，机遇与挑战并存，中小微企业如何在激烈的市场竞争中保持发展优势？对此，不少市场经营户认为，大企业以“大而全”夯实行业根基，小企业靠“小而精”激活细分活力，二者各有优势，共同勾勒出柯桥纺织层次丰富、潜力无穷的发展脉络。

在走访中，记者了解到，以内需市场的细分领域为切入点，精准吸粉成为诸多柯桥纺企的发展策略。“我们以前经营上衣面料，然而柯桥做上衣料的企业太多，而且流行趋势瞬息万变，对于雨帛纺织这类小企业来说竞争压力太大，于是从2019年转型到更细分的秋冬裤料，不断做精做专。目前，我们的产品基本以羊毛混纺为主，通过尝试羊毛与不同纤维的巧妙组合，不断优化产品结构，积累了大量稳定的客户群体。”万佳佳说道。

在柯桥，许多中小微纺织企业或许规模并不大，却在细分领域默默耕耘、精益求精，形成了自己的竞争优势，在市场中占据了一席之地。以昭瑞纺织为例，从2008年至今，十余年如一日地深耕绒布面料细分赛道，一步一个脚印地沉淀，逐步赢得市场话语权，成为第一批入选“中国时尚女装面料第一站”的旗舰店铺。据高琴介绍，曾经昭瑞纺织为了将一块面料的手感做到最佳，前后试样几十次，通过对揉粒时间、定型温度、染料剂剂量等可能影响到面料最终手感和布面风格的每一个环节精准把控，终于试出了既有云朵般柔软、又不失骨感的满意之作。

在纺织现代化产业体系建设的新征程上，破内卷、扩内需，成为推动产业高质量发展的关键之举。新的一年，柯桥纺企将以梦为舵、以“布”为帆，通过科技创新破内卷、降本增效扩内需，深耕细分领域谋发展，积极培育新质生产力，推动柯桥纺织业迈向更加辉煌的未来，加快推进现代化“国际纺都”建设。TA



一个执着而勇敢的纺织逐梦者

访泽顺纺织总经理赵金凤

本刊记者_王利 文/摄



赵金凤

绍兴柯桥，这座“托在一块布上的城市”，以其海纳百川的胸怀，吸引了来自五湖四海的布商在这里逐梦圆梦，将柯桥面料输送到全球的每一个角落。泽顺纺织总经理赵金凤正是无数逐梦者中的一颗璀璨之星。

十五年前，从中国轻纺城东升路市场一家小小的夫妻门店起步，到如今东市场“中国时尚女装面料第一站”的第一批旗舰店；从粗放式的发展，到集企划、研发、销售等于一体的精细化服务管理模式；从普通针织面料，到以醋酸为主的高端化产品结构体系，并成立绍兴米顺纺织品有限公司、绍兴坤业纺织品有限公司等内外贸公司，泽顺纺织十余年间实现了跨越式的发展。

成功背后，潜藏着赵金凤夫妇几次大起大落、执着做好一块面料、勇敢转型升级的缩影，也演绎了一个来自黑龙江的纺织逐梦者与中国轻纺城携手共成长的故事。

用奋斗浇灌梦想之花

吃得苦中苦，方为人上人。这是赵金凤的人生信条，也是她一路走过来的真实写照。采访期间，记者先后走进泽顺纺织位于东市场的门店和闽商大厦的样品陈列展厅，触目所见是高端化、时尚化、现代化的场景展示和明亮宽敞、干净整洁的办公场地。很难想象，一辆二手电瓶车、一张桌子、两把凳子、一把剪刀，就是赵金凤夫妇创业之初的主要办公配置。

“那时候，我先生要进工厂、抓生产，我负责市场门店，骑着电瓶车风里来雨里去，白天在市场，一个人要做样卡、接待客户、手工记账、手工抄写码单等许多事情，中午连吃饭时间都没有，常常都是牛奶面包对付，下班后还得赶到仓库去打包发货，连胃疼都硬撑了3个月才抽出时间去医院。”谈到创业之初的情形，赵金凤至今历历在目。

好在功夫不负有心人，在赵金凤夫妇的共同努力下，泽顺纺织销售业绩迎来爆发式增长。然而，在快速粗放式发展的背后，也埋下库存积压、客户欠款、企业贷款越来越多的隐患。“库存是企业的坟墓，企业经营要明确自己的定位，以市场需求为导向不断创新升级。”2015年，在一次偶然的机遇下，赵金凤参加了一期关于企业经营方面的培训，主讲专家的话让她醍醐灌顶，坚定了

要转型升级的决心。

2016年，赵金凤夫妇“壮士断腕”，把仓库价值两千多万的针织面料库存按七百万处理了，此举让泽顺纺织面临巨大经济压力，但也开启了背水一战的转型之路。“转型初期，我们通过关注国家的政策方针，调研身边的亲戚朋友，把环保、健康、舒适、易打理、性价比作为公司产品定位，于是决定做天丝、人丝两个天然纤维品类的面料。”赵金凤说道。

而转型主攻醋酸面料，是后来赵金凤在逛商场时，被一条版型好、挺括感强、舒适度高的进口裤子所吸引，她当即花了3000元买回去进行研究，发现这面料易打理、不易皱、透气性强，水洗、机洗都可以，于是泽顺纺织的产品矩阵中增加了醋酸面料。这也为泽顺纺织找到了正确的方向，为后来公司稳步增长和可持续健康发展奠定了基础。

用创新点亮前行之路

惟创新者进，惟创新者强，惟创新者胜。经历过转型升级的阵痛，赵金凤深刻地体会到创新是企业发展的不竭动力。近年来，泽顺纺织从产品研发、销售渠道、展厅布置、人才培育、企业管理等多维度进行改革创新，成为赢家、雅莹、歌莉娅、玖姿等许多国内大牌的专业面料供应商，在时尚女装面料领域赢得一席之地。

在产品研发方面，每年泽顺纺织都会投入上百万元的经费，通过将醋酸与人丝、天丝、棉、麻、涤等多种成分进行交织，形成了以醋酸面料为主，天丝、人丝面料为辅的多元化、差异化、高端化产品结构体系。“每年我们研发的新产品至少上百款，推向市场的只有二三十款，从小样、中样再到做大货，内部要检测几十次，到外部权威机构至少检测3次，直到缩率、色牢度、撕裂强度、成分比例各方面都达到指标了，才会面向市场推广。”赵金凤说道。

在销售渠道方面，泽顺纺织创新“内销+外贸”“实体+线上”双轮驱动模式，不断拓宽企业的发展之路。据了解，泽顺纺织在2020年开始进军电商领域，入驻1688平台，在国内外形势严峻的背景下，通过拥抱数字化，公司销售业绩不减反增。2024年，泽顺纺织又组建了专业的直播团队，通过抖音、快手、小红书等许多社交平台，积极拓展营销渠道，提升公司影响力和知名度。

展厅布置方面，邀请专业机构进行空间、色彩和服装款式设计；人才培育方面，不仅提高招聘的准入门槛，还邀请专业人员入企进行员工培训；企业管理方面，规范组织架构、明确各部门分工……赵金凤深知，一个企业的成功绝非偶然，要考虑如何最大限度为客户创造价值，为员工提供平台和保障。

谈及未来公司产品创新规划，赵金凤表示，常规的醋酸面料主要用于春夏时尚女装，下一步，泽顺纺织将颠覆常规，从功能性和应用场景入手，开发速干、透气，适用于户外运动的面料，以及保暖、厚实，适用于秋冬季节的灯芯绒和小香风面料，突破季节限制，拓展应用边界，让醋酸面料拥有更多可能性，领航细分领域发展新趋势。TA



Focus / 聚焦

突破4000亿元，2024年中国轻纺城交出满意答卷

本刊记者_王利

走过春夏秋冬，经历风雨彩虹。2024年中国轻纺城执着追梦、坚韧破浪，用智慧与汗水绘制出一幅高质量发展的产业画卷。近日，记者从轻纺城建管委获悉，2024年中国轻纺城总成交额突破4000亿元大关，达4009.87亿元，同比增长11.09%，再创新高。

2024年，中国轻纺城持续推动市场迭代进化，瞄准“一市一特色”，全力打造现代化新型市场。“中国时尚女装面料第一站”打响市场品牌建设第一枪，大力培育市场品牌旗舰店；越来越多的市场专营区不断涌现，持续深化市场细分化布局；中国轻纺城纺织新材料中心、梵诗优品全球成衣选品中心等项目落地，探索面料设计研发新方向，拓展“促布成衣”发展新路径……

2024年，中国轻纺城国际影响力不断提升，市场渠道不断拓展，项目建设高效推进。2024第七届世界布商大会参会的国家和地区达83个，国际化程度和专业性创历届新高，2024年中国纺织大会在柯桥召开，行业影响力进一步提升；“丝路柯桥·布满全球”行动举办了走进湖北天门、山东青岛、河南郑州等9场产业对接会，柯桥展团抱团出击，亮相国内外展会；国际设计师品牌中心项目2024年10月正

式运营，水韵纺都“二期”项目全面实施，轻纺数字物流港项目加快建设……

2024年，中国轻纺城时尚产业快速发展，时尚氛围愈加浓厚，时尚创意产业蓬勃发展。柯桥春秋两季时尚周举办品牌发布会、时尚设计展、时尚论坛、时尚沙龙、米兰日等50余场时尚创意活动；完成“人才+纺织设计人才”专项评审工作，共评定经纬设计师17人，其中包括中国“十佳”时装设计师3人，目前已经正式落户柯桥开设公司的有12人。2024年，柯桥区纺织工业设计基地入驻企业356家，工业设计企业127家，专职设计人才1140余人，基地企业设计服务性营收4.33亿元，同比增长6.1%，进一步释放创新活力。

一个个项目是中国轻纺城奋斗的印记，一串串数字是中国轻纺城创新的收获。过去的一年，中国轻纺城因地制宜培育新质生产力，新产业新业态新模式竞相涌现，展现了中国轻纺城与时代同频、与创新共舞的责任担当。新的一年，柯桥纺织将以“新质提能年”为总抓手，大力实施“1341”行动，聚焦向新、向质、向高的新质态，做好“产业提能”文章，谱写中国式现代化县域样板新篇章。

面料与羽绒的时尚之约，中国轻纺城精品面辅料对接走进共青城

近日，由共青城市人民政府联合中国轻纺城集团主办的中国轻纺城精品面辅料共青行——面料与羽绒的时尚之约对接活动顺利举办，为2024“布行天下”系列活动画上了完美句号。



柯桥面料和共青城羽绒服双向奔赴。

本次活动为期4天，涵盖面料与服装企业对接会、主题分享、签约仪式、参观考察等丰富多彩的活动内容，进一步拉近了柯桥纺织面料企业与共青城羽绒服装企业之间的距离。期间，绍兴市柯桥区中国轻纺城西市场开发经营有限公司、共青城羽绒服装创业基地公共服务有限公司共同签署了产业集群、专业市场战略合作框架协议，旨在推动柯桥面料和共青城羽绒服装产业链上下游协同创新发展。

活动现场，面料展区有老鲍纺织、诗玥纺织、虹兴源纺织等15家纺城优质面料企业，联袂展示了经典的防水、防风、透气面料，兼具时尚感与功能性的新颖印花面料等，全方位呈现面料材质、工艺、性能与应用，让参观者直观感受纺城面料的卓越品质和企业的创新能力。羽绒服装展区集结了鸭鸭、羽物、道木熙等23家共青城羽绒服装企业，展现了创意、设计与科技完美融合的最新趋势，致力于为消费者带来更加舒适、时尚、环保的穿着新体验。

本次对接活动推动了柯桥纺织面料企业与共青城羽绒服装企业的面对面深入交流与合作，为打造具有影响力的服装产业链集群奠定了基础。下一步，双方将依托各自的优势，推动产业链的协同发展，进一步增强行业整体实力并提升品牌形象。（王耀祖）

中国纺织面料流行趋势 2025/2026 秋冬 市场洞察沙龙举办

近日，中国纺织面料流行趋势2025/2026秋冬市场洞察沙龙在柯桥成功举办。活动吸引了来自宛兴纺织、三川纺织、策源地纺织、骏腾纺织等多家柯桥纺织企业的近30名企业代表参与。

活动中，品牌战略规划与商品企划专家金硕以“市场调研方法论深度剖析”“企业销售历史数据智慧解析”为题，分享了精准市场调研的实施路径，以及如何将调研洞察转化为高效实用的企划策略。其分享不仅深入浅出，而且极具实操性，为企业代表们提供了科学、系统的市场调研方法，帮助他们更好地把握市场动态，制定切实可行的企划方案。

此外，各企业代表围绕设计开发、产品企划、售后服务等多个方面，分析了自身的特点及优势，就市场调研与产品企划的全流程展开了深入探讨。在专家的悉心指导与企业的积极互动中，现场反响极为热烈，与会代表一致表示活动以专业且通俗易懂的方式，让他们认识到了市场调研的重要性，同时丰富的经典案例为企业如何做好市场调研、产品企划工作做出了清晰的指导。

产品调研贯穿了面料企划、设计、营销等诸多环节，是纺织企业实现高效运营和持续发展的重要因素。本次活动重在指导企业掌握科学的市场调研方法，并将其转化为高效可行的企划方案，助力企业通过开发适销产品，精准回馈市场预期，在长期竞争中保持优势，实现稳定增长。（边吉洁）

不出海便出局？ “必然选择”背后是全新考验

本刊记者_董笑妍

近期，特朗普将在上任美国总统后对华加征高额关税的消息一浪接一浪，让大量中国制造企业忧心忡忡，随之企业出海的话题热度再次居高不下。其实，即使没有这个因素，近年来企业出海也已成为制造业一股主流声音，颇具声势。

除本土企业自发向海外扩张外，2024年中国服装协会、中国纺织企业管理协会等多家行业协会与机构也多次组织本土企业赴海外交流对接，通过深度考察，快速建立起对海外市场的立体认知，拓展当地人脉资源，规避可能的出海风险。

一种新的发展模式

对于纺织服装行业而言，东南亚无疑是现阶段的首选。其实对于部分东南亚国家而言，随着当地经济的发展，出海就能显著降低成本的时代已经过去，但税负差异和东南亚的市场潜力依旧是吸引中国企业的主要原因。一方面，从东南亚出口欧美可避免对华高额关税；另一方面，东南亚年轻的人口结构和逐渐崛起的中产阶级，也带动了大量购物需求，未来市场广阔。

以纺织重镇绍兴为例，绍兴规上纺织业调研报告中指出：“企业外迁是经济发展到一定阶段的必然产物，也是商品外拓阶段发展到资本外拓阶段的必要过程。”目前绍兴柯桥区纺织工业用地的市场价格基本在150万元/亩以上，印染产业集聚区工业用地则在200万元/亩以上，一定程度上确实存在“无地可供”的情况。所以，部分企业或产线开始外迁，有助于腾出土地、能耗指标，引进高性能纤维、产业用纺织新材料等相关领域高端项目及其他优质项目。

其次，实施“总部经济+海内外工厂”的发展模式，在更大范围内优化配置资源，是未来方向。从绍兴规上纺织企业的外迁类型来看，原料、生产等劳动密集型部分外迁是主流外迁模式，绍兴仍然是企业总部所在，在品牌创新、技术研发等技术资本密集环节占据主导地位。

在对柯桥6家规上企业的出海调查中显示，出海区域集中在越南、印尼、孟加拉、斯里兰卡、泰国等地，涉及印染、家居面料、服装等细分产业。一般来说，出海企业以产业链中下游企业为主，“越上游，越稳定”是当前的一条典型规律。

在出海考察中，青岛高花边有限公司总经理林森也对企业出海表达出信心：“我们将以此次考察为契机，结合自身企业的优势与特色，

充分借鉴印尼企业的成功经验，深入分析市场需求与竞争态势，制定出一套科学合理、

切实可行的出海战略。相信在不久

的将来，我们将在印尼这

片充满机遇的土地上，

书写属于自己的商业

华章。”



出海建厂要以人为本。

要“找人”而非“招人”

如今企业界流行一个说法：不出海便出局。但其实出海的难处和风险比大部分人想象的要大，出海最容易失败的是在国内做不好却以侥幸心理想到海外碰碰运气的企业。道理很简单，天时、地利、人和，一出海三个成功条件中的后两个就弱化了。所以，出海是强者的搏击场，不是弱者的避难所。即便是国内的知名大企业，出海经营十多年仍未能盈利的比比皆是。

虽然出海已经在部分纺织服装企业的发展规划之中，但其中的门道不可谓不深。

首先就是人脉，我们注意到，在出海的中国企业中出现了一批深度当地化的职业经理人，他们的能力和行为方式已经高度融入本地环境。

在生产过程中，本地员工出面也往往事半功倍。找到适合出海的中国管理、技术人才和用好本地人能人几乎同等重要，必须兼顾。要“找人”而非“招人”，要主动出击，关键岗位的人选尤其影响巨大。一位出海企业家表示，在东南亚设厂，有两个岗位的人选他一定要亲自面试，一是总经理，二是保安队长。

在交流座谈中，印度尼西亚最大的外套和运动服制造商之一PT.Leading Garment Industries 总裁陈迪鹏(Eddy T.P.Yo)就是在印尼的第三代华人，他以流利的中文为中国企业家们详细分析了投资印尼的利与弊，进而提到要把三样东西带来印尼，第一个是“心”，来到印尼要秉持长期主义，要有与印尼产业共存亡的决心；第二个是“技术”，要带最先进技术和设备而非国内淘汰的来印尼；第三个便是“钱”，即要在印尼有真金白银的投入。他的坦诚打动了在场的每一位企业家。

PT.GOLDEN TEKSTIL INONESIA 公司相关负责人也参与座谈并以自身经验提供了详细的投资建议，涉及国际关系、文化、薪酬、税务、法律等多方面，让考察团成员们受益匪浅，同时意识到了以人为本深入当地的必要性。

出海企业的本地生存法则

灵活变通，是出海的另一个法宝。一位出海企业家分享经验指出，抵达异国他乡的首要任务是调整心态，谦逊地视自己为外来者。这意味着要尊重并融入当地的文化习俗，积极展现对当地居民的关怀与尊重。

在东南亚等国设立工厂的纺织服装企业，常常会在工厂大门最引人瞩目的位置，展示它们在当地所参与的慈善活动以及本地员工在企

业中享有的幸福生活场景。鉴于这些地区政府、宗教、民俗的多样性和不确定性，部分企业设施与厂房有时会在社会动荡中遭受波及。因此，中国企业在日常运营中若能注重赢得当地民众的好感与舆论支持，一旦遭遇骚乱，往往能显著减轻所受影响。恰当的公关策略无疑是海外企业必须掌握的技能之一。此外，企业还应避免因自身立场而轻视本地团队，需放下“主导者”的固有心态。

在交流讨论中，有人强调，企业出海后不应因血缘或文化亲近而过度依赖华人社群，也不应因语言或信仰差异而疏远当地的商家、机构及个人。唯有真正融入当地社会，才能赢得本地市场的认可，有效避免由误解引发的冲突。一位出海企业家分享说，起初他要求新招聘的本地员工学习汉语，但效果不佳。随后，他转变思路，认为与其强求员工学习中文，不如自己主动提升外语能力，这一思维转变也带动了公司整体氛围的积极变化。

灵活变通不只是在与当地的沟通中，也在当地的投资上。东方国际集团以纺织业起家，在海外投资建设纺织厂的过程中也做起了咖啡豆生意。集团党委书记、董事长童继生讲了一个故事，“2018年，为推进产业国际化，我们旗下的龙头股份在埃塞俄比亚投资1000万建了一个毛衫生产基地，而后出口到欧洲，做得很成功。”新业务赚来了当地货币，除了支付工资外，他们积极探索当地资源，开始进驻咖啡产业。“埃塞俄比亚是全球第五大咖啡生产国，不仅咖啡出口量庞大，且品质上乘。这次投资不仅消化了当地货币，获得了盈利，还带动了当地工农就业和贸易通路，简直一举多得。”童继生如是说。

退一步与进一步

对于出海这件事，脑子要快一点，动作要慢一点，一定要谋定而后动。制造企业在初次进军海外市场时，遭遇初期的亏损几乎是绕不开的，而亏损期的长短则紧密关联于能否迅速获得订单。工厂启动初期，若业务未能达到饱和状态，连续亏损的情况便极易发生，而长期的亏损又会



出海企业需秉持长期主义心态做事。

不可避免地削弱团队的积极性。

因此，在尚未确保获得订单的情况下，适度延缓生产线的建设步伐不失为一种明智之举。一旦产品开始销售，紧随其后的售后服务则显得尤为重要。许多中国企业在海外市场的失败，往往归因于过分关注产品销售，而忽视了售后服务的重要性。

不得不提的是，价值观的差异构成了出海的巨大风险。几乎每一家在海外取得成功的纺织服装企业，都极其重视坚守其核心价值观。尽管当地的生活习惯难以轻易改变，但核心价值观的灌输与时刻提醒却是必不可少的。将诸如诚实、敬业、守法、勤奋、合作等价值观，翻译成当地语言，并张贴在企业最显眼的位置，已成为出海的中国企业的一种普遍做法。

未来，随着行业全球化进程的加速，出海将成为更多中国纺织服装企业的必然选择，而如何在这片广阔天地中书写属于自己的商业传奇，考验着每一位企业家的经验、智慧和勇气。TA

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

不断更新的行业信息库 · 三端覆盖的融媒体传播 · 专业的媒体推广与服务

为中国纺织服装行业发声

权威，专业



纺织服装周刊
微信公众号

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

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



岁末年初，是总结过去、规划未来的重要时刻。为了展现行业领军者的智慧与远见，分享他们在2024年的成功经验与深刻思考，同时展望2025年的战略规划与宏伟蓝图，《纺织服装周刊》特开设“质领2025·先锋谈”栏目，通过深度访谈纺织服装领军企业、集群、市场、品牌的一把手，为行业企业提供宝贵的启示与借鉴，促进产业交流与合作，共同推动经济发展与行业进步。



鄂尔多斯集团总裁 王臻：

迎难而上战变局，创新发展闯新程

■ 本刊记者 _ 郭春花



王臻

鄂尔多斯集团在2024年取得了辉煌的成就。在内蒙古鄂尔多斯投资控股集团总裁、内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司董事长王臻的带领下，集团以“迎难而上战变局，创新发展闯新程”为行动口号，稳步前行，不断创造出新的辉煌。

振兴之路 稳健向前

“回望2024年，鄂尔多斯集团在高举旗帜、牢记嘱托的指引下，以‘听党话、跟党走’的坚定步伐，擦亮了集团的温暖底色。”王臻深情地说道。

作为全国人大代表，她带回了两会精神的火种，点燃了集团上下奋进的激情。通过深入学习贯彻党的二十届三中全会精神，集团汇聚了向上的力量，庆祝国庆系列活动如火如荼，红色激情被点燃，党纪学习教育深化实践，为中国式现代化注入了不竭的动力源泉。

回望2024年，羊绒服装产业历经岁月洗礼，如今正焕发出勃勃生机，振兴之路稳健前行。鄂尔多斯集团精耕细作于每一道工序，优化品牌营销渠道，拓宽电商业务，提升零售服务品质，深耕KVSS无毛绒、纱线、面料领域，绒纺与品牌两大事业部携手并进，以全产业链的和谐共振，铸就了行业地位的坚如磐石，品牌影响力熠熠生辉。

6月27日，鄂尔多斯品牌上海总部正式启幕，品牌步入“北京+上海”双总部模式，开启南北双总部协同模式，助力鄂尔多斯品牌迈向更广阔的市场，“鄂尔多斯，温暖全世界”的故事也翻开了新篇章。

9月，鄂尔多斯羊绒供应链品牌KVSS以极具辨识度的品牌形象焕新亮相intertextile秋冬面辅料展及SPINEXPO上海国际流行时尚纱线展示会。焕新的KVSS品牌，明确了品牌定位为“世界高端羊绒供应链品牌”，致力于精选世界最优质羊绒，以不断精进的技艺生产和供应无毛绒、羊绒纱线及羊绒面料。

11月，鄂尔多斯集团在“双11”周期取得了全平台6.57亿的好成绩。而王臻亲临北京鄂尔多斯大厦慰问已奋战数月的电子商务部同事时所讲的话，也体现了“鄂尔多斯，温暖全世界”的暖心宗旨：“我们鄂尔多斯与客户的链接是非常深的，他们认可我们的产品和品牌，就像认可一个朋友一样。所以我们一定要用最真诚的心、最努力的态度、最优质的产品和服务去对待他们。”

科技为翼 开拓创新

回望2024，鄂尔多斯集团惟实励新，以科技为翼，优化服务，创造新场景，突破管理，升级文化，在高质量发展的道路上留下了坚实的足迹。羊绒产品蝉联OEKO-TEX认证，彰显了对品质的极致追求。携手中国工程院院士徐卫林共同揭牌研究院，为集团的科技创新插上了腾飞的翅膀。

4月，鄂尔多斯集团再次通过OEKO-TEX生态纺织品认证。至此，集团已连续24年成功续证，认证证书也由最初的单一纱线品类认证，拓

展为纱线、机织物、针织成衣等全品类认证，共4张证书。

10月，由鄂尔多斯资源股份有限公司与武汉纺织大学合作成立的鄂尔多斯集团羊绒产业院士研究院正式揭幕，这是当前羊绒产业与中国院士建立的第一家高科技水准的研究机构。院士研究院将在徐卫林院士的指导下，围绕羊绒材料、新型纺纱技术、新型加工技术等方面开展研究，开发新产品、新工艺，拓展羊绒材质新功能，深化产学研融合，激发创新活力。同时，院士研究院将通过建立人才共享机制、设立研究生实习基地、博士后联合培养等方式，引进和培养科研人员，加快科研成果转化。

逐绿前行 成果丰硕

回望2024，鄂尔多斯集团逐绿前行，聚焦绿色未来。源牧场上榜可持续创意榜单，科研成果丰硕，羊绒衫全生命周期碳足迹的公布，实现了优质优价，与牧民共享美好生活。

1月，鄂尔多斯集团源牧场因“社区共建”工作中积极履行企业社会责任，成功上榜WWD第三届“Sustain 100可持续创意榜单”中的“绿色社会”榜。从2022年秋到2024年秋，源牧场建立了4个实验室，制定了1项团体标准、4项地方标准、1项行业标准，发表了4项发明专利与9项实用型专利，取得了5项软件著作权，发表了16篇论文。在羊绒收储方面，源牧场通过优质优价政策，显著提高了牧民的收入，最细的高品质原绒收购价达市场价的2.7倍以上。此外，鄂尔多斯光彩基金会捐赠530万元，为牧民新建养殖棚，进一步助力牧民增收。

4月22日，在第55个“世界地球日”之际，鄂尔多斯羊绒集团对外公布羊绒衫从原料到用尽的全生命周期碳足迹。1件由鄂尔多斯生产、销售，重量为200g的女装全成型羊绒针织衫，线上和线下两种销售情景下，2023年测算数据相较2022年均下降2.16kgCO₂e，这相当于给一部智能手机充电176次。

砥砺前行 共创辉煌

回望2024，鄂尔多斯集团以人为本，传递温暖与希望。这一年，集团为人才搭建成长的舞台，产教融合培育英才。这一年，集团荣获“光彩事业发起实施30周年先进典型”，鄂尔多斯“温暖乡村牧区帮扶专项基金会”获评“内蒙古自治区‘万企兴万村’行动典型项目基金会”。这一年，集团捐资助教，助力教育均衡发展，携手世界冠军，鄂尔多斯与所有心怀热爱者携手前行，温暖相伴。

展望2025年，王臻表示，鄂尔多斯集团将继续秉持“创新、协调、绿色、开放、共享”的发展理念，深化技术创新和产业升级，创造共享的未来和可持续的发展。她指出，集团将继续加强羊绒服装产业的优化升级，提升品牌影响力和市场竞争力。

在科技创新方面，王臻表示，集团将加大研发投入，与更多科研机构和企业开展合作，推动科技创新成果的转化和应用。此外，集团还将继续推进节能降耗和环保治理工作，努力实现经济效益和社会效益的双赢。

以人为本，家国担当。王臻强调，鄂尔多斯集团将继续为人才搭建成长的舞台，产教融合培育英才，全方位构建幸福企业。同时，集团将积极参与社会公益事业，为社会创造更多的福祉。 **TA**

新乡化纤股份有限公司党委书记、董事长 邵长金：

向“新”求“质”，逐梦白鹭新篇

■ 郑逢善 / 文



邵长金

时光如梭，日月如织。跨越时间的经纬，再一次标记下我们奋斗的足迹。2024年，新乡化纤股份有限公司（以下简称“新乡化纤”）以创新为笔，以智慧为墨，一笔一划书写出属于自己的时代诗篇。

站在旧岁与新年的交接处，新乡化纤股份有限公司党委书记、董事长邵长金与我们分享了新乡化纤逐梦“新”篇、以“质”取胜的2024辉煌征程，并展望了充满希望的2025年。

筑牢发展根基

却顾所来径，豪情满胸怀。2024年，正值中华人民共和国成立75周年以及“十四五”规划的关键之年，新乡化纤以习近平新时代中国特色社会主义思想为指引，坚定不移地秉持“创新引领、数字赋能、绿色转型”的发展方向。在这一方向的引领下，企业积极培育新质生产力，多个技术改造项目圆满完成，新的项目也如期启动。前三季度新乡化纤净利润同比增长739.01%，全年有望翻倍式增长，实现完美收官，阔步迈向新年。

跨越2024，党建引领定航向，向新而立浪潮头。新乡化纤坚持将党的领导作为发展的“生命线”，把党的领导融入公司治理全过程。聚焦首要任务落实“第一议题”制度，推动理论学习深化内化转化；白鹭集团第二次党代会的胜利召开，清晰擘画出未来发展新定位和打造百年白鹭的宏伟蓝图；基于“三个需要”开展全体党员轮训，进一步提高了党员队伍建设质量，保持了党员队伍的先进性和纯洁性。

跨越2024，奋力“项”前，满弓劲发。2024年4月7日，一中试技术升级改造项目开始安装，并于5月20日成功开车；4月26日，新乡白鹭生物基新材料绿色工艺中试产业园项目成功奠基；4月30日，新乡化纤光伏清洁能源利用项目三期工程5.95MWp光伏发电项目如期成功并网，实现环境效益与经济效益的“双赢”，为绿色发展“充电蓄能”；5月17日，360t/h锅炉及2×25MW热电联产项目顺利点火；5月18日，北区二长丝车间技术升级改造项目开始安装，并于6月28日成功开车；9月25日，兴鹭水务二期奠基，保障了企业发展用水安全，进一步提升了企业综合实力。

跨越2024，创新是永不过时的攻坚利器。全球首创菌草新材料生产线、全球首套离子液纺丝生产线和全球首个DT溶剂法纺丝生产线奠基、“一种菌草纺丝用浆及其制备方法和应用”首获美国发明专利授权等诸多“首套”“首创”在新乡化纤聚集，企业核心技术逐渐从“创新”到“创造”转化。首发经济正成为新乡化纤的新兴力量。新乡化纤再添一省级产业研究院——河南省纤维新材料绿色制造技术

产业研究院，通过产学研相结合，助力科研优势转化为产业优势、发展胜势；数智中心的落成，使新乡化纤数智互联工作再上新台阶，增强了企业的内生动力和创新活力。

跨越2024，向天而生，“白鹭”频频出圈。首赛尔纤维入选2024/2025中国纤维流行趋势产品，菌草纤维和首赛尔纤维被中国化学纤维工业协会确定为深绿色产品，开启纺织行业深绿色发展新征程；新乡化纤成功举办CV联盟“绿色生产万里行—新乡化纤站”，对外努力塑造“白鹭”品牌影响力。《2023可持续发展报告》诠释了企业致力于可持续发展的国企社会责任初心，也展现出白鹭希望能与自然和谐发展的决心。国潮涌动，新乡化纤承办的“白鹭杯”首届国风华服设计大赛，引领传统文化新传承，提升企业文化软实力。

在前行的道路上，新乡化纤并非一帆风顺，时常面临各种风雨和挑战。无论是生产经营中遇到的难题，还是外部环境带来的多重压力，白鹭人始终秉持着“团结、奉献、创新、担当”的白鹭精神，无畏风雨、直面挑战，凭借坚韧不拔的努力和坚强的意志，展现出了踏浪前行、逆势腾飞的强大力量。

激发创新活力

使命如炬，初心如磐。2025年是“新两步走”实现2035年远景规划的首个五年计划收官之年。新一年，按照企业工作计划绘就的发展蓝图，把强党建、转观念贯穿工作始终，坚持向数智要动力、向创新要活力，加快发展新质生产力，推动企业在高质量发展的新征程中行稳致远。

奔向2025，在“稳”与“进”中固本兴“新”。稳是基础，要强化精细化管理，管控生产过程，提升产品质量；重视生产秩序，落实质量控制前移，稳固“稳”的根基。进是方向，要发扬进取精神，推动绿色产业园三个项目投产，加快离子液体法生物质膜等项目的科技创新与成果转化。围绕纤维新材料等领域加快研发，通过技术革新等提升工作质效。深挖数智潜力，打造“两地三中心”智慧工厂，凸显“进”的势能。

奔向2025，在“破”与“立”中革故鼎“新”。“立”字当头，让“立”成为“破”的延续与升华。要深化“转观念、梳流程、重创新、再提升”主题活动，把突破观念制约高质量发展瓶颈作为一切工作的基础，通过持续解放思想、转变观念，树立全员与时俱进的新观念、新思维；要提升企业管理效能，增强发展动力，不断改进和完善企业运行机制，提高管理效率。要进一步转观念，勤学善思，打破工种界限，打造成一专多能的生产骨干，实现跨工种、跨岗位、跨部门的良好协作；要完善与中国特色现代化企业相匹配的公司规章制度，构建优胜劣汰、奖优罚劣的选人用人机制，畅通“能上能下”渠道，切实把员工干事创业的劲头“鼓起来”。

心之所向，步履皆往；行而不辍，未来可期。2025年全体新乡人要认真学习领会习近平新时代中国特色社会主义思想，准确把握2025年企业工作计划总体要求，强化系统思维，讲求创新思变，共同书写2025年的精彩篇章。 **TA**

提“质”攀“高”，波司登 2024 韧性生长

■ 陈墨 / 文

2024 年 11 月 28 日，波司登公布 2024/25 上半财年报告，公司的营收和净利润均实现高质量增长，充分展现了波司登作为行业龙头的韧性。回望 2024 年，波司登一路奋进，一路凯歌，向着可持续高质量发展目标迈出了坚实步伐。

作为全球知名的品牌羽绒服企业，波司登专注羽绒服领域 48 年，始终坚守实业报国初心，聚焦核心主业，坚持品牌引领，不断夯实品牌核心竞争力，推动产品创新升级，培育打造新质生产力，“碳”索绿色低碳美好未来，从“中国第一”迈向“全球领先”。

坚持品牌引领 攀登中国品牌新高度

12 月 12 日，世界品牌实验室揭晓 2024 年度《世界品牌 500 强》，波司登成为中国服装服饰领域唯一上榜品牌，位列第 457 名。

波司登品牌创始人、集团董事局主席兼总裁高德康在 2024 企业家博鳌论坛系列活动主论坛上发表讲话时表示，品牌是高质量发展的重要象征，加强品牌建设是推进新型工业化、构建现代化产业体系的必由之路。波司登从创业至今，坚定不移实施品牌发展战略，通过对品牌的持续塑造、培育、提升和创新，成为中国羽绒服第一品牌，并形成了独具特色的波司登“品牌引领”发展模式。

重视品牌建设，丰富产品矩阵，让波司登荣获多项殊荣，彰显全球领先的品牌实力和市场竞争能力。波司登连续入选全球五大品牌价值评估权威机构之一 Brand Finance（品牌金融）“全球最具价值服饰品牌榜 50 强”，2024 年位列服饰品牌榜第 46 名；上榜世界品牌实验室“亚洲品牌 500 强排行榜”第 268 位；在国际品牌科学院发布的“2024 世界纺织服装品牌强度评价结果”中，波司登名列世界纺织服装品牌强度百强榜单第 8 位，成为排名最高的上榜中国品牌。

波司登高度重视产品科研技术创新能力的提升，聚焦科研技术的持续投入，全力打造集新材料、新品类、新科技、新技术、科技体系为一体的科研技术平台。集团科研技术中心拥有服装行业首家极地环境模拟验证实验室，承接极地科考、攀登珠峰等领先产品的科技突破，全面升级材料、科技及测试验证的软硬件能力，同时将相关科研成果转化为专利背书，形成行业领先标准，夯实产品领先实质。

在 2024/25 上半财年，波司登共申报专利 222 项，申报授权专利 340 项。截至 2024 年 9 月 30 日，波司登集团已累计全部专利 1193 项。

坚持创新驱动 拥抱数字经济新浪潮

2024 年 10 月，工信部《2024 制造业数字化转型典型案例集》发布，波司登《数字驱动品



牌服装“研产供销服”全生命周期智慧运营》案例实力入围，成为纺织服装行业唯一入选的企业案例，为行业数字化转型升级提供了宝贵经验和示范引领。

近年来，波司登积极拥抱数字经济新浪潮，全面实施智能化改造和数字化转型，着力打造“研产供销服”全链协同的品牌服装全生命周期新生态，自主研发服装 GiMS 物联网解决方案，建立链接上下游高度集成的供应链管理协同平台，运用 AI 大模型技术、管理驾驶舱、供方管理平台、采购线上化等数字模块，实现由市场拉动生产的“以销定产”供应链管理新模式。

波司登在数字化转型过程中，实现了 AI 大模型技术、大数据技术、云计算技术、3D 服装数字化技术等 4 项技术突破，完成了 AI 企划端、AI 开发端、3D 打版建模、虚拟成衣交付等 4 项关键流程的优化升级，头样开发时间从 100 天降至 27 天，样衣研发降本 60% 以上，生产效率快反周期从 21 天减少到 12 天，运营效率大幅提升。

数字化转型不仅提高了波司登自身的生产效率 and 运营质效，更为纺织服装行业高质量发展树立标杆。波司登将人工智能、大数据融入“研产供销服”关键环节，形成“平台化设计、智能化制造、网络化协同、个性化定制、服务化延伸、数字化决策”新模式。通过打造服装产业数字化供应链信息平台，实现供应链上下游“数据集成→实时可视→智能分析→快速决策”的高效闭环，推动产业链上下游企业转型升级、提质增效。

不可复制的创新才是核心竞争力。高德康表示，波司登将进一步加大在科技创新研发方面的专项资金投入，持续发力新材料、新品类、新科技、新专利、新标准的开发和应用，强化和国际设计机构、高等院校等的联合创新，全力推进企业更深层次的数字化转型变革，打造企业在数字经济时代的核心竞争力。

坚持绿色低碳 打造可持续发展新样板

在全球应对气候变化、推进可持续发展的大背景下，波司登勇做先行者，以“碳达峰碳中和”为指引，践行可持续高质量发展。

在第 29 届联合国气候变化大会“中国角”相关会议上，波司登发布“1+3+X”ESG 战略及碳目标，立志于“2038 年前实现运营环节净零排放”，明确减碳路径。

产品创新上，波司登秉持环保理念。轻薄羽绒服碳足迹仅 6.47 千克，少于一件 T 恤；泡芙系列可回收轻量羽绒服，简化回收分拣流程，降低能耗与碳排放。多款产品完成零碳打造，如环保零压力羽绒服获德国红点设计奖，新型可降解面料获 ISPO 全球设计奖。

绿色生产层面，波司登将节能降碳上升到战略高度，从原材料采购、制造环节到物流运输，全方位推进产业绿色转型。同时，推动供应商淘汰燃煤设备，建立环境、能源管理体系认证，带动供应链走向绿色化。

绿色消费领域，波司登推进数智化转型，上线数据中台，实现全渠道数据一体化运营，通过智能营销与按需定制，减少运输浪费和碳排放。此外，线上线下协同，降低退换货率，减少零售运输碳排放。

波司登还积极参与行业组织，加入联合国全球契约组织、“时尚气候创新 30·60 碳中和加速计划”等，参与多项标准制定，发布行业低碳转型报告。其 ESG 评级多年保持行业“A”级，CDP 气候变化评级达行业最优“B”级，可持实践入选标普全球《可持续发展年鉴（中国版）2024》。

纺织服装行业绿色低碳发展是对地球生态的责任担当，波司登将勇做可持续时尚的引领者、全球气候治理的践行者，继续加快构建绿色低碳产业体系，为推进全球气候治理和时尚行业绿色发展贡献品牌力量。TA

品牌联动、产品创新，永荣股份携手伙伴“荣”启未来

■ 陈墨 / 文

2024 年 12 月 19 日，福建永荣锦江股份有限公司（以下简称“永荣股份”）在福建莆田举办了 2024 品牌创新与产业发展论坛、2024 产品创新与产业发展论坛。值得一提的是，论坛特别设置了服装成果转化秀演，将现场变为科技与美学的时尚舞台。动感节奏中，各式成衣如轻盈的夏日裙装、温暖的秋冬套装等惊艳展示，覆盖休闲、运动、户外等多个领域，展现了高端差异化锦纶的多样应用，凸显其独特魅力。

品牌联动 探索锦纶终端应用与升级路径

在纺织行业，技术革新是推动发展的关键，如何在竞争中洞察痛点、促进产业链一体化，是纺织企业面临的重要课题。近年来，永荣股份对标世界一流，构建“三方协同、四方联动”研发模式，与众多终端品牌紧密合作。

在“2024 品牌创新与产业发展论坛”上，永荣股份总经理汪建根致辞表示，永荣股份作为高端锦纶头部企业，致力于差异化、功能性、可持续性锦纶产品开发与高端应用开拓，希望通过论坛与终端伙伴探讨锦纶产品趋势与方向，推动产业链企业向智造型、服务型等多元形态转型。

公司销售副总经理吴梦在“永荣股份品牌合作”演讲中指出，国内品牌重技术研发与质量提升，国外品牌重产品创新、品质与环保，永荣要通过市场推广与品牌建设拓展多元领域。同时，针对供应链中差异化与规模化矛盾、端口语言转化困难等痛点，需纱线、织造、品牌协同合作以维护产业链共赢。

多年来，永荣股份与中国纺织信息中心合作密切，借助品牌万里行走进终端品牌，成果显著。纺织产品开发中心副主任陈宝建发布品牌推广成果时表示，双方已合作 4 年，通过技术联盟走访、面料设计大赛等项目提升了永荣股份品牌影响力。未来中心将搭建永荣股份产品开发专属平台，推动技术价值转化为商业价值，构建产业链协同创新、价值转化的生态圈。

天安集团董事长周国敏在企业分享环节表示，在政策指引下，禾素时代与永荣股份携手推出适用于贴身、孕婴、老年服饰的生物基抗菌抑臭锦纶纤维，双方合作不仅技术强强联合，也为市场推广奠定基础，未来将探索更多合作领域，推动纤维创新与可持续发展。

永荣股份时尚服饰研发部资深工程师金志学在永荣股份 2025 年新品发布中，分享了行业高端化趋势与公司研发成果，介绍了在企业平台、硬件等方面的产品开发优势。在客户提问环节，参会企业就生物基抗菌抑臭纤维等产品开发应用提问并阐述需求，金志学一一解答，互动中碰撞出诸多新思路。

论坛的服装成果转化秀演更是亮点，动感节奏中，轻盈夏日裙装、温暖秋冬套装等成衣惊艳展示，覆盖休闲、运动、户外等多领域，展现出高端差异化锦纶的多样应用与独特魅力。

此次论坛见证了永荣股份在高新产品技术研发的前沿探索与创新成果，分享了行业发展趋势。永荣股份将继续携手终端品牌，以开放姿态拥抱技术变革，用科技驱动产业升级，与产业链共创中国锦纶行业的美好未来。



论坛现场。

产品创新 助力锦纶科技创新成果价值落地

在全球经济一体化和技术飞速发展的背景下，科技创新已成为推动经济增长和社会进步的核心力量。锦纶新材料产业作为我国传统纺织支柱性产业，在纺织、汽车、电子电器等多个领域发挥着不可替代的作用，已成为科技与时尚融合、衣着消费与产业应用并举的重要产业。

在“2024 产品创新与产业发展论坛”上，永荣股份董事杨希龙在致辞中指出，永荣股份在高精尖差异化锦纶方面潜心研发，已打通完整的全线锦纶 6 产业链，形成完善的产品研发体系，营销网络覆盖全球，产品品牌形象焕然升级。本次会议旨在为产业链上下游企业搭建交流合作的平台，共同探讨高新技术产品的联合应用。

永荣股份技术研发副总经理付重先在《“衣”启未来，永荣股份 2025 年新品发布》中分享了行业高端化发展趋势与永荣股份的研发创新成果。他表示，永荣股份将发挥纤维源头企业的带动作用，促进下游纺织企业向智造型、服务型转型，引领时尚消费，增强行业竞争力。

公司市场品牌副总经理陈信富以《创新共融、引领未来》为主题，分析了中国锦纶行业的现状与未来趋势。永荣股份通过产业链延伸、商业模式创新、工艺技术创新等构筑核心竞争力，未来将坚持“五化”战略，向全球价值链中高端迈进。

公司常务副总经理张方永在《营销“铁三角”高效服务》的分享中强调了营销铁军、技术专家和交付团队的协同作用。永荣股份始终秉承“以客户为中心、以奋斗者为本、与合作者共享”的核心价值观，推动锦纶产业链紧密相连。

会议最后，永荣股份总经理汪建根作 2025 年寄语，他回顾了永荣股份的战略主题，强调创新是企业发展的基石，纺织企业要与产业链上下游抱团发展，才能在激烈的市场中走得更远。未来，永荣股份将不断发挥自身价值，为纺织供应链注入新的活力。

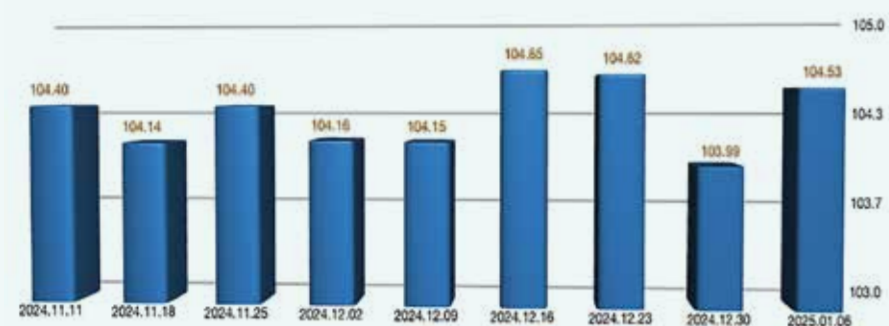
大会期间还设置了终端服装成果转化秀演环节，展示了高端差异化锦纶的多种终端应用，彰显出锦纶纤维的独特魅力。TA

冬市营销环比回升 价格指数环比上涨

20250106 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20250106 期纺织品价格指数收报于 104.53 点，环比上涨 0.52%，较年初持平，同比下跌 0.55%。

总价格指数



中国轻纺城冬市营销环比回升，其中：原料市场价值量环比小跌，坯布市场价值量明显回升，服装面料市场布匹价值量环比推升，家纺类产品成交价值量环比下跌，服饰辅料价值量环比回升。

原料行情环比小跌，涤纶环比下跌，纯棉纱基本稳定

据监测，本期原料价格指数收报于 80.58 点，环比下跌 0.10%，较年初持平，同比下跌 2.21%。

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。近期华东地区 PTA 现货主流 4870 元/吨，环比上涨 70 元/吨；MEG 主流 4865 元/吨，环比上涨 70 元/吨。POY 报价 6915 元/吨，环比下跌 10 元/吨；FDY 报价 7415 元/吨，环比下跌 10 元/吨；DTY 报价 8225 元/吨，环比持平。上游聚酯原料价格环比上涨，但因需求不足，聚酯工厂涤纶长丝价格环比下跌，市场成交环比下降，订单环比回缩，常规品种成交量环比下降。

近期，涤纶短纤价格环比下跌，江浙 1.4D×38MM 直纺涤纶短纤中心价在 6880 元/吨，环比下跌 10 元/吨。1 月初，纺织行业需求环比回缩，纱厂对涤纶短纤刚性需求逐日下降。纯涤纱市场报价基本稳定，32S 纯涤纱报 11100 元/吨左右，环比持平；45S 纯涤纱报 11300 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格基本稳定，人棉纱市场价稳量升。近期，萧绍地区纯棉纱市场微势回升，价格基本稳定。气流纺 10S 纯棉纱报价 16410 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 21600 元/吨，环比持平；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元/吨，环比持平。棉纺织市场下游需求仍显平淡，部分纺企因订单环比回升，开工负荷微势回升。纱线市场行情略显回升，但纯棉纱行情仍偏弱运行，产业下游纺企、织厂开机率仍显不足，纺企对棉花原料采购也多维持刚需小批量采购。需求端纺企补库意愿微增，但供需仍显不足。

近期，粘胶短纤原料价格环比小涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13760 元/吨左右，环比上涨 10 元/吨。近期粘胶短纤成交环比回升，市场价格环比推升，厂商报盘环比推升。下游人棉纱厂开机率环比回升，人棉纱价格基本稳定。30S 人棉纱价格报 17500 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18500 元/吨左右，环比持平。

坯布行情明显回升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 119.22 点，环比上涨 1.77%，较年初持平，同比下跌 0.83%。

近期，坯布市场营销明显回升，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比回升，坯布价值量环比上涨。其中：混纺纤维坯布行情明显回升，T/C 涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价值量明显上涨；化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回升，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价值量明显上涨；天然纤维坯布需求环比回升，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回升，拉动坯布类总体价格指数环比上涨。

服装面料环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期服装面料类价格指数收报于 116.67 点，环比上涨 0.45%，较年初持平，同比上涨 0.61%。

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，传统市场成交环比上涨，冬季面料下单环比推升，春季面料下单环比推升，对口客商入市认购逐日推升，服装面料价格指数环比推升。其中：涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤粘面料、涤锦面料、涤氨面料、粘毛面料、锦纶面料、锦棉面料、麻粘面料成交价值量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比上涨。

家纺市场环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.86 点，环比下跌 0.29%，较年初持平，同比下跌 1.26%。

本期家纺类价格指数环比下跌。近期，家纺市场行情环比回缩，轻纺城家纺市场成交环比下降，整体市场价格环比回缩。大众色花型面料现货成交量和订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交量和订单发货量环比下降；拉动家纺类价格指数环比下跌。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈环比下跌走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动家纺类总体价格指数环比下跌。

市场行情环比回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于 131.04 点，环比上涨 0.94%，较年初持平，同比下跌 1.12%。

本期服饰辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比上行，价格指数环比上涨。线绳类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；衬料类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；带类行情明显推升，价格指数呈一定幅度上涨走势；服装里料类行情环比回升，价格指数呈环比上涨走势；花边类行情环比推升，价格指数呈环比上涨走势，拉动辅料类总体价格指数环比上涨。

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。因市场订单局部好转，织厂、染厂产出环比增加，主要是冬季面料的补单和春季面料订单的备货。后市冬季面料成交环比小增，春季面料下单局部增加，织造企业开机率局部小增，印染企业产出环比增加，预计传统市场成交将震荡推升，整体市场成交将呈现震荡小升走势。TA

发布单位：中华人民共和国商务部

编制单位：中国轻纺城建设管理委员会

“中国·柯桥纺织指数”编制办公室

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

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



纺织之光科技教育基金会

Textile Vision Science & Education Foundation

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

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

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

宗旨：科技进步 人才成长 产业升级



纺织之光
微信公众号

发货选我

LIKEDA LOGISTICS

< 货通天下，立可到达 >

—— 全国范围线路一键可查，发货就上利可达 ——



扫码即可一键下单

电话：400 606 5018

您值得信赖的专业市场物流