

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 2025.01.20 | 第03期 | 总第1203期





中国纺织服装大数据中心

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

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

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

●数据采集和整合 ●数据存储和计算 ●数据分析和挖掘 ●数据展示和应用

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



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

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

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

(以上数据来源于企业)

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

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*

纺织离退休干部局举办新春团拜会
明确技术路线和实践路径，多部委提出重点支持传统行业转型升级
全球首列碳纤维地铁列车正式商业运营

07 关注 *Attention*

地方两会开启，纺织重镇聚焦产业“新”发展
贺宪亭：技术领航，重塑服装产业未来
郑文昌：以环保优势驱动纺织业革新

10 特别报道 *Special*

团结高效、合作共赢，开启新的征程
孙瑞哲：守正创新，勇毅前行，共赴锦绣未来

14 大事年历 *Events calendar*

2025 中国纺织服装行业大事早知道

16 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

新中有“数”多元拓市 柯桥纺企阔步电商路
衣承华韵，古今辉映于时尚舞台
浙江省发布数据要素典型案例集，柯桥织造印染产业大脑项目入选

20 家纺 *Industry*

朱晓红：筑牢根基 笃行致远

22 毛纺 *Industry*

刘家强：困境中展现韧性，毛纺业实现稳中有进

23 时尚 *Fashion*

追忆黄金十年，中国服装产业“时尚觉醒”纪实

24 话题 *Topic*

一个年复合增长率超 20% 的新兴服装领域，就在我身边？

26 指数 *Index*

冬季尾市成交回缩 价格指数环比下跌

敬告读者

因春节放假，我刊将于 1 月 27 日、2 月 3 日休刊 2 期，2 月 10 日正常出刊。



万晗
《纺织服装周刊》副总编辑

OUTDOOR SPORTS MARKET 争购海外大牌，户外运动市场真香

近日，“TikTok 跌倒，小红书吃饱”成为坊间笑谈，面对可能被禁的 TikTok，美国网民们提前为自己找到了线上的“安身之处”——小红书。在“TikTok 难民”的助力下，中国种草旗舰 APP 小红书迎来泼天富贵，目前冲上美区应用榜单下载量首位，中美网民“民间交流”盛况空前，让人发现中国的文化出海与国际交流正迎来前所未有的新机遇。

国内服装消费市场与品牌布局也变得国际化起来，国内品牌与国际品牌的联姻已成常态。

近日，报喜鸟集团确认正在收购美国高端户外品牌 Woolrich 在欧洲市场以外的全部商标权和经营权。正装企业涉足户外品牌成功几许暂且不谈，但户外服饰市场确实已成众品牌大佬眼中的香饽饽。

我们注意到，新年伊始，国际奢侈品再度上调价格线，爱马仕品牌的整体涨幅在 5%—12%。但在中国消费市场依然不温不火，有报告显示，奢侈品市场在过去两年中减少了大约 5000 万消费者，部分原因是年轻消费者正在远离传统奢侈品。

当看到越来越多的城市精英穿着始祖鸟、迪桑特通勤出没时，时下颇受年轻人欢迎的服装品类已经转向更加专业、时尚、个性化的户外服饰产品。据科尔尼管理咨询公司联合天猫发布报告预测，到 2025 年，中国运动户外市场规模将接近 6000 亿元。

在刚刚过去的 2024 年，与国际户外品牌“联姻”的国内服饰企业可以用扎堆来形容了，2024 年 10 月，羽绒服巨头波司登联合凯辉基金共同对加拿大高端户外品牌 Moose Knuckles 进行投资，持股比例超过 30%；8 月，利郎集团与迪桑特成立合资公司万星威（中国）有限责任公司，将经营迪桑特旗下高尔夫运动服饰品牌 Munsingwear……

近年来，户外运动风潮席卷中国，滑雪、露营、徒步等生活方式持续性爆发，户外休闲已经成为当下年轻人最重要的生活方式之一。在此背景之下，穿着户外服饰成为了运动场上与场下的一种都市流行趋势。

随着奢侈品市场逐渐低迷，户外运动市场则持续火爆，在此趋势下，国内服饰企业要进行高端化矩阵布局，与高端户外品牌的合作与并购无疑是最快捷的方式之一。国内服饰企业在业绩增长放缓的情况下，收购国际户外品牌或将带来新的增长点。但目前户外运动领域竞争激烈，新入局的大佬们能否复制安踏当年“中年三宝”的成功呢？我们拭目以待。



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

View point / 产经看点

据商务部消息，2024 年消费品以旧换新带动相关产品销售额超过 1.3 万亿元。

——商务部

据海关总署消息，2024 年我国货物贸易进出口总值 43.85 万亿元，规模创历史新高，我国外贸总量、增量、质量均实现增长。

——海关总署

国家统计局发布数据显示，2024 年全年，全国居民消费价格指数（CPI）比上年上涨 0.2%，全国工业生产者出厂价格指数（PPI）比上年下降 2.2%。

——国家统计局

据财政部消息，2024 年的 2 万亿元置换额度，2024 年 12 月 18 日已经全部发行完毕。2025 年的 2 万亿元置换债券已启动相关工作。

——财政部

Scene / 现场

纺织离退休干部局举办新春团拜会

■ 本刊记者_耿聃

灵蛇舞动迎新春，瑞气盈门福满堂。在春节即将来临之际，1月10日，北京东方花园饭店牡丹厅内热闹非凡，这里欢声笑语，喜气洋洋，纺织离退休干部局2025年新春团拜会在此举行。此次团拜会旨在表达对离退休老职工的深切关怀，并回顾过去一年的工作，展望未来发展。中国纺织工业联合会原会长杜钰洲，国务院国资委管理局副局长卞继祥、国资委直属机关党委二级巡视员蒋怡、中国纺织工业联合会副会长徐迎新、中国纺联办公室主任朱国学、国资委纺织机关服务中心主任欧阳涵、中国老年杂志社社长李晓红、中国纺织出版社副社长李菁等领导，以及在京的纺织老同志共计160余人参加了团拜会。

卞继祥首先致辞说，元旦前夕，习近平总书记亲切接见全国离退休干部“双先”代表并作重要指示，国资央企2个离退休干部群体和8名离退休干部荣获表彰。他向各位老领导老同志致以崇高的敬意和衷心的感谢，并为老同志们送上新春祝福。

国资委纺织离退休干部局局长李战红致辞，她回顾了2024年纺织离退休干部局所取得的成绩，表示这些成绩的取得，离不开开党委、管理局党委正确领导和委内有关厅局的关心指导，中国纺织工业联合会、国资委纺织机关服务中心及有关单位的支持，以及全局离退休老领导、老同志的信任和鼓励。在新的一年里，将继续加强政治建设和思想建设，强化党的创新理论，增强党组织的政治和组织功能。要突出凝聚“银发力量”，突出关心关爱老同志，把党组织的关心关爱送到老同志心坎上，为不断推动新时代新征程老干部工作开创新局面。

徐迎新代表中国纺织工业联合会向老领导、老干部、老同志送上了新春的祝福。他向大家介绍了2024年我国纺织行业运行情况，全年生产形势



团拜会上，中国纺织工业联合会原会长杜钰洲（右四）为老同志们颁发证书并合影留念。

保持平稳，内销市场温和增长，行业出口保持韧性。徐迎新表示，面对新一年发展机遇与挑战，纺织行业会全面扎实深化转型升级，优化调整产业结构，在传承中创新，于实干中奋进，不负全体纺织老同志的期待。

欧阳涵说，过去一年，纺织机关服务中心始终把“让党组织放心、让老同志满意”作为工作目标和努力方向，增加老干部、老同志的获得感和幸福感。新的一年，纺织机关服务中心将继续做好各项服务保障工作，稳定各项工作落实。

随后，团拜会为大家呈现了一场精彩的文艺盛宴。节目不仅展现了老同志们的风采，更体现了他们对党的深厚感情对生活的热爱。现场掌声不断，气氛热烈而温馨。老同志们用他们的才艺和热情，为团拜会增添了一抹亮丽的色彩。常怀敬老之心，倾注爱老之情，新春团拜会在一片祥和、欢乐的氛围中圆满落幕。

Macro / 宏观

明确技术路线和实践路径，多部委提出重点支持传统行业转型升级

日前，国家发展改革委、国家数据局、工业和信息化部联合发布《国家数据基础设施建设指引》，提出力争在当前情况下，说清楚数据基础设施的概念、发展愿景和建设目标，指导推进数据基础设施建设，推动形成横向联通、纵向贯通、协调有力的国家数据基础设施基本格局，打通数据流通动脉，畅通数据资源循环，促进数据应用开发，培育全国一体化数据市场，夯实数字经济发展基础，为数字中国建设提供有力支撑。

国家数据基础设施是从数据要素价值释放的角度出发，面向社会提供数据采集、汇聚、传输、加工、流通、利用、运营、安全服务的一类新型基础设施，是集成硬件、软件、模型算法、标准规范、机制设计等在内的有机整体。国家数据基础设施在国家统筹下，由区域、行业、企业等各类数据基础设施共同构成。网络设施、算力设施与国家数据基础设施紧密相关，并通过迭代升级，不断支撑数据的流通和利用。

《建设指引》提出主要目标，在数据流通利用方面，建成支持全国一体化数据市场、保障数据安全自由流动的流通利用设施，形成协同联动、规模流通、高效利用、规范可信的数据流通利用公共服务体系。

在国家数据基础设施建设重点方向上，《建设指引》提出建设行业数据应用体系。加强场景牵引，建设重点行业领域的行业数据应用体系，发挥企业主体作用，促进行业数据应用创新。培育基于数据要素的新产品和服务，促进数据多场景应用、跨主体复用，实现知识扩散、价值倍增。（郝杰）

Direct / 直击

全球首列碳纤维地铁列车正式商业运营

1月10日，随着一声清脆的鸣笛，中国中车旗下中车四方股份公司与青岛地铁集团联合研制的全球首列碳纤维地铁列车“CETROVO 1.0 碳星快轨”在青岛地铁1号线正式上线，投入商业运营。该车填补了碳纤维复材在地铁车辆主承载结构上商用的国际空白，引领我国地铁列车实现轻量化、绿色化全新升级。

“碳星快轨”于2021年启动研制；2024年6月，完成厂内型式试验及4000公里稳定测试并发布；2024年7月至12月，在青岛地铁1号线进行为期6个月的现场线路试验，共开展整车例行试验20项、型式试验36项，经过了从系统到整车的全面测试试验，列车各项性能得到了充分验证；2024年12月21日，通过上线载客试运营专家评审；2025年1月5日通过第三方独立安全评估（ISA）。

作为先进轻量化材料，碳纤维具有轻质、高强度、抗疲劳、耐腐蚀等优点，被称为“新材料之王”。在地铁车辆领域，碳纤维复合材料此前已应用到非承载、次承载部件，但在主承载结构上的商用尚属空白。中车四方股份公司与青岛地铁集团等单位联合攻关，突破碳纤维大型复杂主承载结构一体化设计、高效低成本成型制造、全寿命周期验证与运维保障等关键技术，成功将碳纤维复材应用到商用地铁车辆主承载结构。

碳纤维地铁列车成功投入商用运营，打破了传统金属材料结构减重的瓶颈，实现了我国轨道车辆轻量化技术的迭代升级，将为助力城轨行业实现“双碳”目标发挥重要作用。（辛文）

两会“纺”新篇

地方两会开启，纺织重镇聚焦产业“新”发展

■ 本刊记者_郝杰 夏小云

今年是“十四五”规划收官之年和谋划“十五五”之年。近日，地方两会相继开启，各纺织重镇在新的一年里也将加快谱写新时代高质量发展新篇章，在纺织产业领域展现出诸多新举措、新思考与新展望。

● 泉州：时尚产业联盟打造国际“时尚之都”

泉州纺织鞋服产业年产值超7000亿元人民币。20多年来，在“晋江经验”的引领下，泉州纺织服装产业蓬勃发展，形成了完整产业链，拥有众多龙头企业、专精特新企业和知名品牌。

1月7日，泉州市第十七届人民代表大会第四次会议召开，市长蔡战胜作政府工作报告，提出实施“抓项目、促发展”系列专项行动，加快建设21世纪“海丝名城”，打造国际“时尚之都”。报告中的“时尚产业联盟”备受纺织服装人关注。

该联盟由23家品牌龙头企业联合发起成立，涵盖761家纺织鞋服行业优质企业、1万多家生产制造供应链企业。未来，联盟将围绕“产业创新与升级”“品牌塑造与价值提升”“人才培养与引进”“产业生态构建”“国际交流与合作”五大板块开展工作，推动产业创新升级，提升泉州时尚产业的整体竞争力，让泉州时尚和海丝文化走向世界。

1月6日，在泉州市政协十三届四次会议第二次全体会议上，泉州市政协常委、福建七匹狼实业股份有限公司董事长周少雄围绕“做优营商环境 提升经营主体满意度”主题发言。他提到，泉州经营主体超160万户，提升其满意度对优化营商环境、推动民营经济高质量发展至关重要。为此，他提出多方面建议：在法治环境上，健全税务稽查、涉企案件办理与舆情研判联动机制，强化公平竞争审查，打造“有温度”的法治环境；政务环境方面，建立经营主体信用分类管理、预警和修复机制，完善政务数据共享清单，营造“有态度”的政务环境；创新环境层面，出台专项扶持政策、成立专精特新产业引导基金、建设知识产权质押融资合作库，推动智能化数字化，打造“有活力”的创新环境；要素环境领域，深化“标准地+承诺制”等审批改革，搭建人才柔性引进线上平台，兑现招商优惠政策，打造“有保障”的要素环境。

● 常熟：聚焦多方面“进”与“优”

1月7日，常熟市第十六届人民代表大会第四次会议开幕，《政府工作报告》出炉。2025年，政府将重点抓好六个方面工作：以发展之“进”促城市之兴，推动经济行稳致远；以创新之“进”蓄城市之能，促进产业优化升级，纺织产业作为传统产业更需借助创新实现突破；以能级之“进”提城市之质，实现全域共融共美；以民生之“优”固城市之本，推进成果普惠共享；以治理之“优”，强城市之基，维护社会平安稳定；以作风之“优”增城市之效，加强政府自身建设。

会上，常熟市人大代表、常熟市欣鑫经纬编有限公司总经理黄忠表示，时代浪潮推动企业前行，企业和江南大学经编中心成立了经编毛绒研究中心，并设立研究站，实现了从研发到设计全过程的集成管理。同时进行了设备升级，安装自动配送和在线检测系统，提高了产品品质和生产效能，压降了成本。还对生产管理系统进行升级迭代，以科学数据提供决策参考。政府主动作为助力企业拓展市场，出台的一系列支持民营经济发展政策措施营造了良好发展环境。企业将围绕“新质生产力”继续探索，努力实现更高质量发展。

● 盛泽：打造世界级高端集群

2025年，盛泽镇将持续锚定“打造世界级高端纺织产业集群”目标，坚持丝绸纺织产业高端化、智能化、绿色化发展导向，全力以赴拼经济、稳增长、促发展，确保实现一季度“开门红”，力争全国百强镇排名争先进步。

1月7日，江苏省苏州市吴江区委书记李铭来到吴江区十七届人大五次会议盛泽代表团，与代表们审议政府工作报告。李铭指出，盛泽镇要继续勇挑重担、多作贡献，以党建为统领扎实推进“三稳三新三保”。要巩固丝绸纺织优势，以技术创新推动产业转型升级，加速从面料向材料升级，由生产向时尚设计和品牌创意延伸。要坚定不移走好集约化、减量化、绿色化发展道路，推动空间重构、资源重组、品质重塑，实现含绿量、含新量协同提升；统筹新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴，打开城乡融合发展新空间，实现共同富裕。

吴江高新区管委会主任、盛泽镇党委副书记、镇长徐惠林表示，今年，盛泽镇将把握沪苏湖高铁盛泽站通车、江浙协同联动等发展机遇，用好全域土地综合整治、城中村改造、金融优惠等政策，加快推进纺织产业转型升级，做好新兴产业招商引资，抓好纺织循环经济产业园、中国东方丝绸市场、高铁盛泽站区域等重点片区建设，推动经济社会高质量发展取得更大成效。

● 张家港：智改数转助力高质量发展

1月6日，张家港市十五届人大四次会议召开，为张家港高质量发展谋划新愿景。张家港政协委员、江苏宏远控股有限公司董事长洪松花表示，将以铸牢中华民族共同体意识、推进中华民族共同体建设为己任，收集社情民意，高效履职，为推动港城经济社会高质量发展、民族团结进步作贡献。

1月6日，在参加张家港市政协十三届四次会议时，张家港政协委员、张家港市隆和氨纶纱有限公司总经理陈焯表示，2025年是企业发展关键之年，企业将主动更新老旧设备，通过“智改数转网联”提升智能化、自动化水平，增强产品竞争力，提升产品附加值，提高企业效益，为港城经济高质量发展用心出力。

纺织重镇在地方两会中的新思路、新规划，将为纺织产业未来发展注入新活力，推动我国纺织行业迈向更高质量发展阶段。TA

质领 2025 · 先锋谈

博克科技总经理 贺宪亭：

技术领航，重塑服装产业未来

■ 本刊记者_陶红

“预测未来的最好方式莫过于去实现它。”这是深圳市博克时代科技开发有限公司总经理贺宪亭最喜欢的一句话，也是该公司一直践行的发展理念。



贺宪亭

成立于2003年的博克科技，22年来一直专注于服装数字化解决方案与互联网平台研发与推广，通过系统集成，打通上下游数据，实现服装生产的定制化、柔性化和智能化。目前，公司拥有自主研发及自主知识产权的服装CAD、CAM软件八十多项，累计服务海内外服装企业三万多家，构建起遍布海内外的服务网络……这些创新成果不断突破技术壁垒，极大地提升了服装设计生产的效率与质量，为服装产业链带来了革命性的变革。

成了互联网SAAS服务；二是与一批优秀的版师合作，建立了强大的版型库，通过SAAS化的CAD，让用户可以直接调用平台上的版型库，利用参数化的系统，通过部件组合替换以及尺码表调整，实现快速版型设计；三是通过这些强大的版型数据进行AI模型的训练，相信在不久的将来，用户只要在博克云平台输入款式图片和相关尺码数据，就能快速产生对应的版型。

“2024年，博克科技通过核心业务突破和市场策略调整，成功保持了市场竞争力，并为未来的持续发展奠定了坚实基础。”贺宪亭表示，2024年博克科技成功实现了线上业务的显著增长，博克云线上会员数量首次超过了线下用户数量。这一突破标志着公司在数字化转型方面取得了重要成果，也反映了市场对于线上服装CAD服务需求的日益增长。

此外，公司实现从单纯的买软件到综合服务的转变，通过提供包括软件使用培训、技术支持、版型设计咨询在内的全方位服务，提升客户满意度和忠诚度。

引领航向 推动行业数智化转型进程

纺织服装企业柔性化生产能够实现小单快反及定制化生产，能够最大程度地减少库存风险和浪费，更好地满足消费者的需求，是服装企业乃至产业转型升级的方向。

作为专业的服装CAD服务商，博克科技为一批大型的服装企业柔性化转型提供了技术支持。贺宪亭表示，申洲、希音、红豆、南山、赢家、鲁泰、际华等行业领军企业均通过引进数字化系统，实现了不同程度的柔性化生产。比如，希音通过“小单快反”模式，根据网站点击率、销售量等数据反馈决定跟进订单数量，实现精准按需生产，有效避免了库存积压；赢家投入巨资打造了柔性化生产线，实现了能够单件定制的混流生产，取得了良好的产业示范作用。

2025年，服装行业将持续深化产品个性化、生产柔性化、企业数智化、市场服务化的发展趋势。在这一背景下，博克科技的战略目标坚定不移地聚焦于推动服装企业的数智化转型。

“在数智化转型的过程中，大企业与中小企业存在着巨大的不同，大企业资源丰富，能够投入相应的资金和资源建立自己的数智化系统，而广大的中小企业由于资源不足，难以承担数智化建设的高昂成本。”贺宪亭表示，新的一年，我们将针对不同客户群体的需求，实施一系列关键行动。首先，针对大型企业，我们将继续深化数智化研发与柔性化生产解决方案的推广，通过提供先进的数字化工具和智能化系统，助力服装企业实现生产流程的优化升级，提高生产效率和市场响应速度，从而稳固并扩大其市场领先地位。

其次，博克科技也高度重视广大中小企业的数字化转型需求。为此，我们将不断完善SAAS化服务，提供便捷、低成本的数智化解决方案，帮助中小企业克服资源和技术限制，实现生产和管理流程的智能化改造，提升整体竞争力。

2025年，博克科技将继续秉承“博学克己，知行合一”的企业文化思想、“软件为龙头、服务为核心”的企业战略理念，以客户需求为导向，持续推动服装行业的数智化转型进程，共同创造美好的未来。TA

伊品生物新材料事业部总经理 郑文昌：

以环保优势驱动纺织业革新

■ 本刊记者_许依莉

作为宁夏伊品生物科技股份有限公司的下属公司，黑龙江伊品新材料有限公司在2024年收获满满。近日，伊品生物新材料事业部总经理郑文昌回顾了黑龙江伊品新材料过去一年的发展成就，对新的一年做出展望。



郑文昌

从纺织“朋友圈”新面孔到与多家纺织企业成为合作伙伴，再到牵头成立组建“生物基尼龙纺织产业联盟”，2024年对于黑龙江伊品新材料有限公司来说是收获满满的一年。经过多年的努力，公司研发的生物基尼龙56伊纶，因其柔软、速干、凉感、耐温性等独特优点，在多个领域都得到了广泛应用。

其次，在产品策略上，伊品生物以品质为核心，不断提升产品间的稳定性，特别是在切片和纺丝指标上进行了精细化的调整与优化。郑文昌介绍，品牌的明星产品——生物基尼龙56伊纶凭借突破性的纺丝技术，已成功开发出多种规格的纤维产品，并广泛应用于各个领域，展现出强大的市场竞争力和广阔的发展前景。同时，伊品生物并未止步于现状，而是积极筹备下一代产品，加速生物基尼龙5x系列产品的市场拓展与应用，不断提升联盟的研发实力与产品竞争力。

再次，在服务上伊品生物更加注重与下游客户的紧密合作与需求匹配。通过派遣技术人员深入一线，与客户进行面对面的沟通与研发，确保了产品质量的稳定与提升。同时，企业通过引入合作伙伴精湛工艺与潮流设计，满足消费者日益增长的审美与品质需求，为绿色纺织行业注入了新的活力与发展空间。

此外，EYLON伊纶®纤维的原料戊二胺成功采用生物发酵工艺生产。“整个生产过程在常温常压下进行，实现了低水耗、低能耗、低碳排的绿色生产目标。这一环保的生产方式，不仅降低了生产成本，还显著减少了碳排放，使得EYLON伊纶®在市场上拥有了更加突出的环保优势。”郑文昌表示。

立足环保 赓续发展

截至目前，伊品生物的产品已经获得了多项环保认证，展望2025年，郑文昌认为市场将继续向可持续发展和环保材料倾斜。而随着全球环境保护意识的增强，生物基材料的需求将持续增长。未来，生物基尼龙材料将在多个行业中发挥越来越重要的作用，特别是在服装、汽车和包装行业。此外，随着技术的进步和成本的降低，生物基材料的普及率将进一步提高。

郑文昌表示，未来伊品生物将进一步扩大EYLON伊纶的全球市场份额，同时加强技术创新能力，强化其在生物基尼龙材料领域的领军地位。为实现这些目标，企业将持续专注研发生产，计划推出更多高性能的生物基尼龙材料；拓宽新的应用领域，降本增效，提高产品的市场竞争力；扩展全球销售网络，特别是在新兴市场。

相信通过多项战略举措，未来EYLON伊纶将立足国内，在全球市场上绽放更加璀璨的光芒。TA

品牌知名度提升 应用领域扩大

2024年以来，EYLON伊纶品牌在国内纺织市场的认知度进一步提升，并且探索出了多个适合EYLON伊纶应用的领域和方向，在自由牛仔、运动户外、柔肤内衣、轻柔毛纺四大版块全面呈现了其多面性。

郑文昌表示，在牛仔领域，EYLON伊纶®凭借其保留的材料生物活性，成功地柔软亲肤与微弹性完美结合。这种面料不仅自在有型，能够完美贴合身体曲线，紧致不束缚，让穿着者在享受时尚的同时，也能感受到前所未有的舒适体验。这种独特的面料特性，使得EYLON伊纶®在牛仔市场中独树一帜。

据了解，在运动户外领域，EYLON伊纶®因其速干的效果，确保了面料在剧烈运动中也能保持干爽，让穿着者无需担心汗水带来的不适。这一特性不仅提升了运动体验，更在户外探险等极端环境下，为穿着者提供了必要的保护与便利。而在柔肤内衣领域，独特的杨氏模量值赋予了面料自然柔顺的触感和出色的悬垂性，集美观与实用于一身。

此外，EYLON伊纶®在轻柔毛纺领域也展现出了独特的软糯细腻的手感。接近羊绒的柔软度，不仅提升了面料的手感与舒适度，在视觉上也带来了高级与奢华的享受。

协同发展 研发创新

谈及黑龙江伊品新材料有限公司的核心业务2024年取得了哪些显著的突破，郑文昌总结道，首先在商业策略上，通过组建“生物基尼龙纺织产业联盟”，企业汇聚了行业内的精英力量，促进了产业链上下游企业的紧密合作与共同开发。联盟的成立，成功构筑了坚实的品牌壁垒，显著提升了整个产业的综合竞争力。联盟内成员共同致力于三大核心目标的实现：一是强化技术创新，推动产业技术革新与升级；二是深化资源共享，促进信息、技术、市场等资源的优化配置；三是拓展市场版图，开拓国内外新市场，以增强产业在国内和国际的影响力。





团结高效、合作共赢， 开启新的征程

中国纺联 2024 年度工作总结大会在北京召开

■ 本刊记者_郭春花 董笑妍/文 关云鹤/摄

新质重塑经典，2024 年昭示着一种力量，新质生产力推动行业质态跃迁；改革再启新篇，2024 年蕴含着一次蜕变，以创新实践回答时代课题；山河再添锦绣，2024 年开启着一场奔赴，持续创造人民美好生活。中国纺织行业以实际行动创造了锦绣事业，推开了未来之门。



刚刚过去的 2024 年是承载希望与机遇的一年，也是充满压力挑战的一年。这一年，全球经济呈现弱复苏，通胀压力有所缓解，我国国民经济保持回升向好态势，纺织行业运行态势整体趋稳，基本保持在景气区间。2025 年是“十四五”规划的收官之年，也是“十五五”规划的谋划之年。新形势下，全面把握 2024 年纺织全行业经济运行情况对 2025 年工作具有重要意义。

1 月 8 日，中国纺织工业联合会 2024 年度工作总结大会在北京召开。会议对 2024 年纺织行业经济运行情况进行了深入分析，对 2025 年行业走势进行了预测和展望；各专业协会代表介绍了各自领域 2024 年行业经济运行情况并对协会重点工作进行了总结，各部门代表介绍了相关工作经验和下一步发展规划。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，原会长杜钰洲，会领导夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、阎岩、梁鹏程，专家咨询委员会委员贺燕丽、曹学军，监事会成员，以及各部门和会员单位的主要负责人参加了本次大会。上午的会议由中国纺联副会长端小平主持，下午的会议由中国纺联秘书长夏令敏主持。

锚定目标，共促产业升级

中国纺联产业部主任刘欣从 2024 年行业面临的宏观背景、运行主要指标情况以及 2025 年趋势展望三个方面，对我国纺织行业经济运行进行分析并展望未来趋势。

刘欣表示，2024 年全球经济、贸易供需、纤维加工增速均有所放缓，全球经济弱复苏，通胀压力有缓解，我国国民经



与会领导为 2024 年度中国纺联先进单位颁奖。

济保持回升向好态势。纺织行业运行态势整体趋稳，保持在景气区间；生产方面，行业产能利用情况良好，多数产品产量正增长，工业增加值增速回暖；内销方面，国内市场保持中低速增长，渠道分化明显，线上景气向好；出口方面，规模保持恢复性增长，韧性明显，对大部分出口市场表现较好，国际市场份额稳定，竞争对手出口增长较快，跨境电商销售成绩亮眼；投资方面，实现稳定增长，技改升级是投资主要动力；质效方面，运行质效指标有所改善，产业链大部分环节运行指标实现增长。

展望 2025 年，刘欣表示，国际市场预计会保持中低速增长，不确定因素增多，国际供应链采购格局发生重大调整，贸易保护主义风险提升；国内市场需求预期或有所改善，相关政策协同发力。

中国纺织经济研究中心主任、中国纺联产业经济研究院院长华珊就纺织行业“十五五”规划前期研究情况进行了汇报。2025 年是“十四五”的收官之年。“十四五”时期，纺织现代化产业体系已初步建立，但依旧存在尚待化解的外部风险和内在矛盾。中国纺织工业联合会对于“十五五”行业发展战略前期研究将重点落实科技、绿色、时尚及健康纺织等内容。目前，中国纺联已设立《纺织工业“十五五”发展战略研究》组织架构，发布进度时间表，征集并统计专题研究题目及方案。预计将于 2025 年 9 月完成《纺织行业“十五五”发展战略研究》综合报告。

会上，中国棉纺织行业协会副会长景慎全、中国毛纺织行业协会会长刘家强、中国麻纺织行业协会会长董春兴、中国丝绸协会副会长刘文全、中国化学纤维工业协会副会长兼秘书长关晓瑞、中国印染行业协会会长林琳、中国针织工业协会副会长张希成、中国家用纺织品行业协会会长朱晓红、中国长丝织造协会副会长兼秘书长黄潇瑾、中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅、中国纺织机械协会会长顾平、中国服装协会副会长



杨晓东、中国纺联流通分会副会长兼秘书长王水元分别作分行业经济运行分析及重点工作总结。中国纺联党委书记、纪委书记周腊权，中国纺联信息化部主任殷强，中国纺联科技发展部主任张传雄，中国纺联社会责任办公室副主任胡柯华，中国服装设计师协会执行主席杨健，中国纺织工程学会理事长伏广伟分别介绍各部门相关工作经验及下一步工作计划。

开拓进取，推动高质量发展

中国纺联秘书长夏令敏着重强调，中国纺联需进一步强化内部管理建设与规范化运行，确保所有行动均遵循法律章程。回顾过去一年，联合会在加强自身建设方面取得了一系列成绩，可以总结为以下几个“度”：协会内部管理有制度、联合舰队协同有温度、人才队伍建设有力度、行业现代化建设工作有深度。未来，联合会将继续加强制度建设，以期在服务行业中不断壮大自身。

中国纺联会长孙瑞哲以“守正创新，勇毅前行，共赴锦绣未来”为题作 2024 年度工作报告。2024 年纺织行业在不确定中树立坚定的信念，实现恢复性增长态势。这一年，中国纺联的工作卓有成效，通过加强内部建设，协会更加团结有力；做好分析研判，研究能力不断提升；化解主要矛盾，产业价值充分彰显；提升创新效能，内生动力更加强劲；完善产业体系，转型升级卓有成效；促进国际合作，全球发展打开局面；优化空间布局，服务国家区域战略。接下来，中国纺联将团结高效、合作共赢作为成事之基，在主题关联、场景关联、产业链关联中深化合作，实现资源共享，价值协同。

孙瑞哲表示，2025 年是“十四五”规划的收官之年、“十五五”规划的谋划之年，也是将进一步全面深化改革推向纵深的关键之年。中国纺联要认真落实稳中求进、以进促稳、守正创新、先立后破、系统集成、协同配合的工作要求，不断提升行业工作的前瞻性、整体性、协同性，围绕科技、时尚、绿色、健康，以钉钉子精神推动行业高质量发展。孙瑞哲强调，要完善协会管理水平，全方位扩大国内需求，推进全面创新发展，建设现代产业体系，融入全球产业生态，构建区域发展空间，提升研究服务能力，引导企业健康发展。

最后，大会举行了隆重的表彰仪式。中国纺联副会长徐迎新宣读了《关于表彰中国纺织工业联合会 2024 年度先进单位优秀集体和先进工作者的决定》。中国纺织工业联合会科技发展部等 7 家单位获先进单位称号，中国棉纺织行业协会市场发展部等 14 个部门获优秀集体称号，周晓松等 59 名同志获先进工作者称号。

中国纺织工业联合会会长 孙瑞哲：

守正创新，勇毅前行，共赴锦绣未来



孙瑞哲

2024年是承载希望与机遇的一年，也是充满压力挑战的一年。

新的发展周期、叠加地缘政治影响和技术创新冲击，行业发展面临着复杂严峻的形势和有效需求不足的现实考验。行业在不确定中树立确定的信念，实现恢复性增长态势。2024年1—11月，纺织行业规模以上企业工业增加值同比增长4.4%，增速较上年同期回升6.0个百分点；限额以上服装、鞋帽、针纺织品商品零售额同比增长0.4%，较前三季度加

快0.2个百分点；纺织品服装出口2730.6亿美元，同比增长2.0%，增速较前三季度加快1.5个百分点；纺织业、服装业和化纤业固定资产投资完成额同比分别增长16.2%、18.2%和6%，增速同比分别加快17.1、21.6和16.3个百分点。

01 稳中有进，2024年行业工作取得良好成效

2024年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，也是进一步全面深化改革的开局起步之年。纺织现代化产业体系建设取得积极进展，在稳定宏观经济中发挥了建设性作用。

（一）加强内部建设，协会更加团结有力

中国纺联以党建为引领，联合会内部管理持续优化。法人治理结构和运行机制愈加健全，服务行业改革发展的能力不断提升。各职能部门根据建设新时期社会组织的发展需要，持续强化支撑与服务能力，完善体制机制，运行管理变得更加高效。配合中社部巡视组完成巡视工作是2024年的一项重要任务。中国纺联及各成员单位坚持以巡促改、以巡促建、以巡促治，全力配合巡视相关工作，及时报送大量巡视资料、参加巡视谈话。

（二）做好分析研判，研究能力不断提升

深化调研统计，反映行业诉求；注重产业研究，理清形势方向；强化宣传引导，营造良好氛围。

（三）化解主要矛盾，产业价值充分彰显

扩大国内有效需求。配合有关政府部门开展“纺织服装优供给促升级系列活动”等工作。加强市场主体培育。以高质量的设计、检测、供应链服务为企业赋能，推动大中小企业融通。推进就业服务工作。大力开展行业指导、供需对接等精准化、专业化服务，着力加强对青年特别是高校毕业生的就业支持。

（四）提升创新效能，内生动力更加强劲

开展科技创新服务。全年共完成71项科技指导性计划立项工作及119项科技成果鉴定。开展人才培养工作。继续在全行业宣传弘扬“梦桃精神”，引领落实总书记“争做最美奋斗者”期许。开展行业教育服务。系统推进职普融通、产教融合、科教融汇协同改革，重点落实职业教育、高等教育、继续教育协同创新。

（五）完善产业体系，转型升级卓有成效

强化产业时尚引领力。聚焦时尚创意，持续做好全产业链流行趋势的研究与发布。推动产业数智化转型。深化诊断咨询、培训体验、标准研制、试点示范、宣传推广等公共服务，推动全产业链数字化转型。推动产业绿色化发展。强化绿色技术的筛选、试点、推广工作，编制行业首份《中国纺织行业专精特新企业气候行动进展研究报告》，编发《纺织行业绿色低碳技术汇编》等。

（六）促进国际合作，全球发展打开局面

链接资源，开拓海外市场。全年共组织首届新加坡亚太展等10个境外自办展，覆盖5个大洲的7个国家，净面积近2万平方米；组织12个境外参展团组及9个出访团组。深化交流，促进国际合作。持续深化双多边交流，营造有利于产业发展的国际环境，推动行业融入全球，实现全球发展。

（七）优化空间布局，服务国家区域战略

促进区域联动。积极对接国家区域发展战略，通过调研、项目合作、会议、展会等形式，推动产业东西互济、南北共兴。推动集群建设。统筹新型工业化、新型城镇化和乡村全面振兴，联合会及各单位持续优化集群培育、服务等工作。

道路在思路里，创造在创新中。过去一年，我们在宏阔发展中找准具体落点；在专业深耕中创造真实价值；在前瞻实践中涵养未来项目；在全球视野中延伸价值边界；在服务协同中形成集约优势。

02 与时俱进，把握行业服务内容的新变化

（一）在市场环境变化中思考行业服务

围绕渠道的调整、场景的细分，新产品、新模式、新业态层出不穷，一个高度关联、广泛融合、愈加透明的市场加速形成。把握市场趋势，促进供需发展成为行业服务的重要方向。

1、适应市场主体之变。我们要进一步强化对新主体、新品牌发展规律的研究，找到工作的切入点，建立关联；要立足专业，探索机制，打造平台，以个性化、定制化的产品创新、品牌建设、知识产权等服务，引导企业合规发展、健康发展。

2、适应消费内容之变。我们需要更加深入地理解“抽象”，找到“硬控”的逻辑、破解流量的密码，引导企业在关注价值账户增长的同时，强化心理账户建设；要探索新的方式方法，实现资源破壁、服务破圈，形成新的服务体系和能力。

（二）在产业质态变化中思考行业服务

科技革命和产业变革深入发展，行业科技、时尚、绿色属性的内涵与外延正在发生改变；健康在行业中的体现日渐突出。新时期，做好行业工作，需要立足行业内涵与趋势的深刻变化，围绕发展新质生产力的方向要求找到工作着力点。

1、把握科技规律，引领创新产业创新发展。以前瞻视角谋划未来产业；以系统观念推进全面创新；以战略思维强化标准引领。

2、深挖时尚内涵，引领创意产业创意发展。以话语权为导向；以策源地为重心；以生态圈为根基。

3、擦亮绿色底色，引领责任产业责任发展。在知与行中深化服务；在点与面中迭代；在稳与进中平衡。

4、树立健康理念，引领健康产业健康发展。服务生命健康；服务健康生活；服务健康工作。行业工作要在“健康中国”的战略要求中找到新使命、践行新担当。强化顶层设计；培育市场主体；坚持系统推进。

（三）在空间格局变化中思考行业服务

地缘政治的深刻影响、要素成本结构的调整优化、区域政策的统筹规划，共同推动产业发展空间格局的系统性变革。生态、社会、经济相融合的多元价值体系加速形成。适应变化，需要我们以新的方式方法深挖区域变革中的服务机遇。

1、以“圈”的思维提升区域协同性。做好行业服务，需要强化“片区”意识，从区域协同的高度深挖区域间的内在联系，拓宽服务半径，促进区域间优势互补、联动发展。

2、以“点”的思维强化城市引领性。我们要发掘区域潜力，做好规划引导与资源匹配。

3、以“链”的思维培育集群专业性。我们要引导集群做强专业，将特色变特长，加快实现转型升级。同时要把握新兴领域发展机遇，加快培育新兴集群。

03 守正创新，把握行业服务能力的新要求

我们身处一场全面改革之中，面临宏观环境的大调整、发展方式的大变革、竞争格局的大转变。行业服务面临着新的规制和要求。政策环境的调整；创新节奏的调整；产业生态的调整。面对新要求，协会要应变，加快形成新的认识论与方法论。

（一）提升认知服务能力

要强化价值性。行业协会要强化统计与调研、融汇理论与实践、集成经验与趋势，形成知识提炼和价值传递能力。要提升权威性。行业协会要不断强化意识形态阵地建设，增强权威性和公信力；做好宣传引导工作，强化行业声誉管理，向世界讲好“中国纺织故事”。

（二）提升自治服务能力

作为重要的信用中介平台，协会要从提供基础链接服务向提供系统性支撑进阶，在合作沟通中减少企业间摩擦、降低交易成本；要将产融合作从被动选项转为主动布局，提升在并购重组等领域的服务能力，推动产业与资本市场深度对接，促进“科技产业金融一体化”发展。

（三）提升场景服务能力

行业服务要从产业链思维向场景化思维转变，通过更深入的行业洞察、更精准的未来预见、更开放的合作网络，开展更广泛、更具体的场景构建，链接市场、对接政策，服务产业高质量发展。升级传统业务。在深耕B端的同时，通过场景营造和渠道创新将行业服务向C端延展，实现市场直连和细化。拓宽发展空间。立足产业实际，探索建设具有产业集聚性、示范带动性的“超级场景”，赋能未来产业孵化、新兴领域发展。

（四）提升全球服务能力

行业服务需要强化国际视野，在全球政治经济谱系、全球科技创新趋势、全球产业布局调整中审慎思考各项工作。丰富细化服务内容；加强全球资源链接；提升安全服务能力。

（五）提升数据服务能力

行业数字化呈现系统性转变，AI和机器人正在改变产业比较优势。协会要强化数据收集与整合能力；强化数据分析与挖掘能力；强化数据价值转化能力；强化数据管理与组织能力。

04 把握新时代社会工作中协会工作的方向

新时代社会工作的战略定位，对于我们的行业服务和协会建设提出新的更高要求，对于我们各级领导干部的能力素质、作风形象提出新的更高要求。我们要深入学习贯彻习近平总书记关于社会工作的重要指示和中央社会工作会议精神，根据中央社会工作部的工作要求，推动协会建设和业务发展。

（一）强化党建引领，更加突出协会的政治属性

做好协会工作，必须深刻领悟“两个确立”的决定性意义，增强“四个意识”、坚定“四个自信”、做到“两个维护”，坚定不移贯彻落实党中央决策部署，不断提升政治自觉、思想自觉和行动自觉。要按照中央社会工作部的统一部署，持续扩大党的组织和工作有形有效覆盖，着力推动新经济组织、新社会组织、新就业群体党建工作。

（二）强化群众路线，更加突出协会的为民情怀

行业服务要坚持人民立场、人民至上，把兜住民生底线、增进人民福祉、稳步推进共同富裕作为产业发展的出发点和落脚点；要坚持深入一线，充分发挥协会贴近产业的优势，找准统筹推进社会治理和行业发展的切入点。

（三）强化服务意识，更加突出协会的专业优势

协会是服务经济发展的社会组织，必须把服务作为基本的治理理念，打造服务型组织。要强化反映诉求、提升意识、引导发展的能力；要实践导向，结果导向；要创新发展，规范发展；要进一步转思想、转观念、转职能、转作风；要健全联络机制，着力推动形成多方参与、共建共治共享

的工作格局和稳定、和谐、健康、发展的产业生态。

（四）强化纪律约束，更加突出协会的组织建设

要以党纪规范行业组织建设，坚持政治纪律、组织纪律、廉洁纪律、群众纪律、工作纪律、生活纪律一体推进，使理想信念更加坚定、党性更加坚强。要引导树立正确的服务观，将影响力、导向力、推荐权建立在为行业公平服务的全面性、为国家尽职尽责的全局性上。

05 凝心聚力，做好2025年行业服务工作

2025年是“十四五”规划的收官之年，“十五五”规划的谋划之年，也是将进一步全面深化改革推向纵深的关键之年。我们要充分理解把握经济工作的规律性认识，坚持五个“必须统筹”，将行业的认识和行动统一到中央经济工作会议确定的总体部署和各项工作要求上来。

（一）要精益，完善协会管理水平

推动党建与业务深度融合，确保党中央决策部署条条落实、件件落地、事事见效。从严从实抓好巡视整改，深化以巡促改、以巡促建，立行立改、标本兼治，扎实做好巡视整改“后半篇文章”。

（二）要务实，全方位扩大国内需求

行业要把握逆周期调节的政策机遇，充分发挥消费基础性作用、投资关键性作用，打通经济循环堵点。积极推动“两新”政策扩围实施，主动在“两重”建设中找到担当作为。对接国家政策，推动提振消费专项行动走深走实；在促消费和惠民生中找到工作结合点，在扩容提质上下功夫；注重发挥投资扩大内需的重要引擎作用。

（三）要系统，推进全面创新发展

一体推进科技教育人才发展，提升创新整体效能。强化科技工作的统筹协调。组织“十五五”行业科技创新规划编制，完成科技部“十五五”材料领域前沿技术战略研究，做好顶层设计与前瞻指引。加强人才队伍建设。大力弘扬梦桃精神，推动产业工人队伍建设改革，加快打造创新型、技能型、领军型人才队伍。加强青年科技人才、卓越工程师、优秀设计师等培养。

（四）要引领，建设现代产业体系

推动科技创新与产业创新融合发展，以先进生产力赋能产业跃升蝶变，实现新旧动能平稳接续转换。推动实数融合发展；推动全面绿色转型；提升时尚引领能力。

（五）要开放，融入全球产业生态

“要扩大高水平对外开放，稳外贸、稳外资”。提升综合服务能力，延展产业出海的空间和梯度。组织好境外自办展和境外参展、出访团组项目，帮助企业稳订单、拓市场。加强与欧美亚其他行业协会沟通，推动国际互信和国际合作。引导企业通过对外投资、交流并购等方式参与国际战略布局，推动“职教出海”，通过人才输出、技术输出、标准输出提升中国纺织世界影响力。营造安全稳定的外部环境。在新的国际安全格局下，要加强行业热点、重点、难点问题及风险的研究和管理。

（六）要协调，构建区域发展空间

“要加大区域战略实施力度，增强区域发展活力”。全面融入和服务国家区域发展战略，推动要素集聚、优势集成、产业集约，构建特色鲜明、优势互补的产业格局，在乡村振兴、区域协调发展中发挥重要作用。

（七）要求真，提升研究服务能力

发挥中长期规划和年度计划的导向作用，做好“十四五”规划分析评估，前瞻谋划行业“十五五”发展蓝图。准确把握行业现状，客观反映行业诉求。主动深入企业一线、集群一线和市场一线，开展多渠道、多形式、全方位调研和服务。开展多维度、深层次、广领域的运行分析研究，把握数据背后的规律，找准短板弱项，发掘优势胜势，预判行业走势，更好服务决策。

（八）要提质，引导企业健康发展

要做好企业公共服务，通过座谈、培训、宣讲、研讨、论坛等形式，帮助企业吃透形势、用好政策、高效合作。探索专精特新企业“全周期培育、全要素赋能”生态路径。继续做深做实产融合作工作，不断丰富服务的内容与价值。要强化行业自律。进一步推进纺织服装行业企业信用等级评价和诚信体系建设，提升企业契约精神、守信意识，培育诚信品牌。[1]

2025

中国纺织服装行业大事早知道

1月 January

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
	1 初九	2 初十	3 十一	4 十二		
5 十三	6 十四	7 十五	8 十六	9 十七	10 十八	11 十九
12 二十	13 廿一	14 初二	15 初三	16 初四	17 初五	18 初六
19 初七	20 初八	21 初九	22 十	23 十一	24 十二	25 十三
26 十四	27 十五	28 十六	29 十七	30 十八	31 十九	

- 孟加拉达卡国际面料、纱线展览会 (DIFS 冬季)
- 中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 暨美国 TEXWORLD 服装面料展
- 中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 暨纽约国际服装采购展
- 法兰克福国际家用及商用纺织品展览会

2月 February

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
					1 初九	
2 初十	3 十一	4 十二	5 十三	6 十四	7 十五	8 十六
9 十七	10 十八	11 十九	12 二十	13 廿一	14 初二	15 初三
16 初四	17 初五	18 初六	19 初七	20 初八	21 初九	22 十
23 十一	24 十二	25 十三	26 十四	27 十五	28 十六	29 十七

- 中纺圆桌论坛第十九届年会
- 中国纺织品服装贸易展览会 (巴黎) 暨巴黎国际服装服饰及面料采购展
- 2025 第十五届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会
- 法国巴黎国际面料及辅料展览会 (春夏)
- 孟加拉国际纺织暨制衣机械展

3月 March

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1 初九
2 初十	3 十一	4 十二	5 十三	6 十四	7 十五	8 十六
9 十七	10 十八	11 十九	12 二十	13 廿一	14 初二	15 初三
16 初四	17 初五	18 初六	19 初七	20 初八	21 初九	22 十
23 十一	24 十二	25 十三	26 十四	27 十五	28 十六	29 十七

- 中国纺联春季联展 中国国际纺织面料及辅料 (春夏) 博览会 中国国际服装服饰博览会 (春季) 中国国际家用纺织品及辅料 (春夏) 博览会 中国国际纺织纱线 (春夏) 展览会 国际针织 (春夏) 博览会
- 中国纺织专精特新展

4月 April

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
6 初十	7 十一	8 十二	9 十三	10 十四	11 十五	12 十六
13 十八	14 十九	15 二十	16 廿一	17 初二	18 初三	19 初四
20 初五	21 初六	22 初七	23 初八	24 初九	25 十	26 十一
27 十二	28 十三	29 十四	30 十五			



- 中国产业用纺织品行业发展大会
- 中国纺织工业联合会流通分会四届十次理事会议
- 第 23 届全国印染行业新材料、新技术、新工艺、新产品技术交流会
- 中国纺织机械协会九届二次理事会
- 2025 年中国棉纺织行业协会色织布分会扩大会
- 2025 亚洲擦拭材料大会暨卫生和母婴用品创新论坛
- 中国 (义乌) 国际针织供应链博览会
- “科创中国”浙江行科技经济融合论坛
- 印尼国际纺织及服装机械展览会
- 美国迈阿密国际非织造布及工程织物展览

5月 May

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
						1 初九
2 初十	3 十一	4 十二	5 十三	6 十四	7 十五	8 十六
9 十七	10 十八	11 十九	12 二十	13 廿一	14 初二	15 初三
16 初四	17 初五	18 初六	19 初七	20 初八	21 初九	22 十
23 十一	24 十二	25 十三	26 十四	27 十五	28 十六	29 十七

- 2025 柯桥时尚周 (春季)
- 中国安全防护纺织服装产业创新发展论坛
- 中国国际大学生时装周
- 第 30 届中国时装设计新人奖评选
- 第五届全国纺织服装标准创新大会
- 2025 气候创新·时尚峰会
- 北美国际产业用纺织品及非织造布展览会
- 2025 中国棉纺织大会暨中国棉纺织行业协会第六届第五次理事 (扩大) 会议、第六届第九次常务理事会议
- 中国针织工业协会常务理事扩大会议
- 全国针织科技大会
- 2025 中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会 (春季)

6月 June

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1 初九	2 初十	3 十一	4 十二	5 十三	6 十四	7 十五
8 十六	9 十七	10 十八	11 十九	12 二十	13 廿一	14 初二
15 初三	16 初四	17 初五	18 初六	19 初七	20 初八	21 初九
22 十	23 十一	24 十二	25 十三	26 十四	27 十五	28 十六
29 十七	30 十八					

- 中国针织电商大会
- 纺织行业专精特新企业新材料与数字化智能化技术推广系列活动及纺织服装产业链交流会
- 2025 中国 (天门) 服装电商产业大会
- 中国纺联大湾区纺博会 大湾区国际纺织面料及辅料博览会 大湾区国际女装展览会 大湾区国际纺织纱线博览会 大湾区国际针织博览会
- 中国棉纺织产业链供应链发展大会
- 中国产业用纺织品行业科技发展大会

7月 July

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
6 初十	7 十一	8 十二	9 十三	10 十四	11 十五	12 十六
13 十八	14 十九	15 二十	16 廿一	17 初二	18 初三	19 初四
20 初五	21 初六	22 初七	23 初八	24 初九	25 十	26 十一
27 十二	28 十三	29 十四	30 十五	31 十六		

- 第十三届全国印染行业管理创新年会
- 中国针织印染高峰论坛
- 2025 中国时尚科技峰会
- 中国时尚大会
- 中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 暨美国 TEXWORLD 服装面料展
- 中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 暨纽约国际服装采购展
- 中国纺织品服装贸易展览会 (纽约) 暨纽约国际家纺采购展 (HTSE)
- 中国纺织品服装贸易展览会 (洛杉矶) 暨美国 TEXWORLD 服装面料展
- 中国纺织品服装贸易展览会 (洛杉矶) 暨洛杉矶国际服装采购展 (APP)
- 中国纺织精品展 (南非) 暨南非成衣及纺织品、皮革与鞋类展览会

8月 August

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
3 初十	4 十一	5 十二	6 十三	7 十四	8 十五	9 十六
10 十七	11 十八	12 十九	13 二十	14 廿一	15 初二	16 初三
17 初四	18 初五	19 初六	20 初七	21 初八	22 初九	23 十
24 十一	25 十二	26 十三	27 十四	28 十五	29 十六	30 十七

- 2025 携美洪合毛衫季
- 巴西圣保罗国际纺织服装采购展 (GOTEX)
- 中国国际家用纺织品及辅料 (秋冬) 博览会
- 2025 第十六届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会
- 第七届纺织新材料展
- 中国纺联科技奖评审会
- 2025 海宁中国·国际家用纺织品 (秋季) 博览会

9月 September

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1 初十	2 十一	3 十二	4 十三	5 十四	6 十五	7 十六
8 十七	9 十八	10 十九	11 二十	12 廿一	13 初二	14 初三
15 初四	16 初五	17 初六	18 初七	19 初八	20 初九	21 十
22 十一	23 十二	24 十三	25 十四	26 十五	27 十六	28 十七

- 第 30 届中国国际化纤会议
- 中国纤维品牌联动创享汇品牌发布会
- 第四届中国棉纺织科技大会
- 第 36 届中国国际毛纺大会
- 中国针织纱线流行趋势研究与发布
- 中国袜品流行趋势研究与发布
- 中国针织产品流行趋势发布
- 中国针织工业协会会员代表大会暨理事会
- 第十三届中国国际非织造布会议
- 中国国际时装周 (2025 秋季)
- 2025 纺织服装成长型品牌大会
- 中国纺织品服装贸易展览会 (巴黎) 暨巴黎国际服装服饰及面料采购展
- 孟加拉达卡国际面料、纱线展览会
- 中国纺联秋季联展 中国国际纺织面料及辅料 (秋冬) 博览会 中国国际服装服饰博览会 (秋季) 中国国际纺织纱线 (秋冬) 展览会 中国国际针织 (秋冬) 博览会
- 中国国际产业用纺织品及非织造布展览会
- 中国化纤协会七届六次理事会暨七届十次常务理事会议

10月 October

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
5 初十	6 十一	7 十二	8 十三	9 十四	10 十五	11 十六
12 十七	13 十八	14 十九	15 二十	16 廿一	17 初二	18 初三
19 初四	20 初五	21 初六	22 初七	23 初八	24 初九	25 十
26 十一	27 十二	28 十三	29 十四	30 十五	31 十六	

- 2025 柯桥时尚周 (秋季)
- 中国国际纺织机械展览会暨 ITMA 亚洲展览会 (新加坡 2025)
- 第十四届江苏 (盛泽) 纺织品博览会
- 俄罗斯国际家用及室内纺织品展览会
- 越南国际纺织暨制衣机械展览会
- 第八届世界布商大会
- 2025 中国服装大会
- 2025 中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会 (秋季)
- 2025 中国棉产业高质量发展大会暨全国牛仔布行业年会
- 2025 全球纺织品数码喷墨印花峰会
- 中国纺织机械协会第九届理事会第二次常务理事会议
- 2025 全国纺织科技成果转化与合作大会 (第十届)
- 第十五届中国纺织学术年会

11月 November

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
2 初十	3 十一	4 十二	5 十三	6 十四	7 十五	8 十六
9 十七	10 十八	11 十九	12 二十	13 廿一	14 初二	15 初三
16 初四	17 初五	18 初六	19 初七	20 初八	21 初九	22 十
23 十一	24 十二	25 十三	26 十四	27 十五	28 十六	29 十七

- 2025 大湾区 (虎门) 时装周
- 尼日利亚国际纺织服装博览会 (NGTEX)
- 中国产业用纺织品行业环保新材料产业对接交流会
- 中国纺织军民两用技术发展大会
- 2025 纺织服装标准与质量管理大会
- 2025 年全国纺织行业服装制版职业技能竞赛
- 中国 (大朗) 毛织产品交易会
- 印度北美国际产业用纺织品及非织造布展览会
- 2025 埃塞俄比亚国际面料展览会
- 亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛 (APTEXPO 2025)
- 第七届中国纺织业“一带一路”大会
- 2025 中国纺织国际产能合作企业联盟理事会
- 中国纺联科技奖励大会
- 第九届中国纺织非物质文化遗产大会
- 2025 世界服装大会
- 第 28 届中国 (虎门) 国际服装交易会

12月 December

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1 初十	2 十一	3 十二	4 十三	5 十四	6 十五	7 十六
8 十七	9 十八	10 十九	11 二十	12 廿一	13 初二	14 初三
15 初四	16 初五	17 初六	18 初七	19 初八	20 初九	21 十
22 十一	23 十二	24 十三	25 十四	26 十五	27 十六	28 十七

- 纺织之光科技教育基金会第四届理事会第二次会议
- 2025 年中国喷气涡流纺产业发展大会
- 2025 中国棉产业高质量发展大会暨全国浆料和浆纱技术年会
- 2026 年度纺织机械行业生产经营工作座谈会
- 中国纺联标准 (计量) 年会
- 2025 虎门国际电商节
- 缅甸国际纺织暨制衣机械展览会 - MTG



柯桥纺企积极布局多元电商平台。

新中有数 多元拓市 柯桥纺企阔步电商路

■ 本刊记者_王耀祖

近期，柯桥印发《柯桥区加快推进电子商务高质量发展的若干意见》（简称“21条”），包含培育壮大电子商务经营主体、鼓励发展直播电商业态、鼓励开展跨境电子商务应用、推进跨境贸易便捷化、鼓励开展跨境电商出口品牌全球推广、推动电子商务生态链建设、优化电子商务发展环境等八个方面。对于国际纺都柯桥来说，“21条”的出台为整个行业拥抱数字化带来了新的机遇与活力。

随着互联网的蓬勃发展，电商与短视频、直播、即时配送等领域实现了深度融合，有效缩短了商品的贸易周期。柯桥的纺织企业紧抓数字化的机遇，利用电商平台的广泛覆盖和便捷性，积极进行变革，从多个维度展开创新，通过提供差异化服务、推进高品质产品、构建品牌化模式，提升了产品的知名度和市场占有率，极大地拓宽了销售渠道，为企业带来了更多的订单和收益。

近日，《纺织服装周刊》记者走访了柯桥多家纺企，了解企业如何从发展策划到落地实施，从单一电商到多元电商。不少经营户认为，电商成为纺织行业的新引擎，为企业带来了更广阔的市场和更多的客户，从而快速调整产品策略，更好地满足消费者的多样化需求。

扎根直播 打造专精化路线

柯桥作为纺织行业践行中国式现代化的生动代表，始终走在高质量发展的前沿，积极推动传统产业的转型升级。从

传统电商到直播电商，柯桥的纺织企业不断深耕细作，并且积极地利用各种社交媒体平台来拓展他们的业务和影响力。近年来，中国轻纺城为充分发挥其在直播电商领域的创新潜力，进一步强化了“专业市场+直播电商”相结合的特色模式，帮助柯桥的纺织企业拓展线上市场。

位于中国轻纺城服装市场直播电商基地的绍兴澳邦科技有限公司，是一家以香云纱、宋锦等国风面料为主的企业，承接服装打版、来样定制等业务，直播间覆盖淘宝、抖音、小红书、微信视频号等多个平台。

“公司创立于2015年，经过五年的发展，我们决定从传统的电商模式转变为直播电商模式，这一转变是基于当时直播电商市场的广阔前景。从2023年入驻中国轻纺城服装市场直播电商基地到如今，公司已经开辟了7个直播间，抖音直播间一周播6次，部分直播间每场时长更是在5—6小时。”澳邦科技总经理魏民介绍道。

为了确保每个直播间在不同的时间段都能够拥有充足的货物供应，实现即日下单、即日发货的高效响应机制，从而给客户带来一个满意的购物体验，澳邦科技对香云纱热门花型进行了现货储备。

直播电商应从消费者需求出发，除关注销量外，还需优化服务流程、提升品牌信任度，满足客户需求，从而实现可持续的商业发展。据介绍，在澳邦科技的抖音直播间里60%的观众是50岁以上的女性，因此直播间特别为这些客

当前，越来越多的柯桥纺企积极拥抱数字化浪潮，通过电商平台，拓展销售新渠道、抢抓市场新机遇，并通过大数据反馈，了解消费者需求变化，从而快速调整产品策略，打造发展新引擎。

户提供定制化服务，涵盖从测量尺寸、面料选择到样衣定制的一系列相关服务。

从传统电商向直播电商的转型，标志着从互动性向即时性的飞跃，为购物体验带来了革命性的提升。中国轻纺城服装市场直播电商基地目前共签约入驻企业34家，其中月度百万级头部标杆电商企业3家，腰部电商企业15家，进一步巩固了其在直播电商领域的布局，积极探索与消费者互动的创新模式，实现业务的持续增长和品牌的长期发展。

电商切入 构建差异化体系

随着电子商务行业的飞速发展，不少新纺企以电商为切入口，进军全球纺织网、1688、淘宝等众多平台，积极探索新的商业模式，努力构建自身的差异化体系，力求在激烈的市场竞争中脱颖而出。成立于2023年的大风起纺织就是如此，作为一家生产中高端面料并以自主创新作为核心竞争力的企业，电子商务不仅是他们拓展市场的途径，更是其展示技术革新和品牌价值的关键平台。

在大风起纺织总经理李兰看来，互联网的兴起如“大风起”一般，带动着电商“云飞扬”，为传统纺织业带来了前所未有的机遇。她认为，公司的经营发展应充满活力与进步精神，因此从创立之初，公司就开始筹备、规划电商发展，争取在线上 and 线下市场均能脱颖而出。

面对激烈的市场竞争，大风起纺织并未盲目跟风，而是深入调研市场需求，精准定位目标客户群体，从而开发出具有独特卖点的中高端面料产品。为了迎接冬季的到来，大风起纺织推出了一款“牦牛绒面料”，并将其投入淘宝等平台，这款面料巧妙地融合了聚酯纤维与牦牛绒的特性，显著增强透气性和保暖性，同时，牦牛绒的柔软质地和滑腻手感赋予了成衣卓越的贴肤感、优异的垂坠感、良好的弹性和挺括的造型。除此之外，大风起纺织通过小红书等社交媒体宣传，达成涟漪式传播，迅速扩大了品牌影响力。

差异化产品的特点在于稀有性，大规模生产不符合其“物以稀为奇、货以贵为珍”的原则，也不符合研发

型企业的运作模式。“对于创新型的面料企业，有充足的现货是不真实的，我们的电商主要是进行预售。通过预售模式，我们能够更好地管理库存，减少积压，同时根据顾客的反馈和市场趋势调整产品设计。”李兰说道。

在纺织行业深耕超过十年，李兰亲眼见证了从传统市场搜寻布料，到如今电商销售模式的兴起，这一系列变革彻底改变了销售方式。她深刻理解到，随着互联网技术的发展，线上平台为纺织品的交易提供了新的机遇。李兰不仅在实践中积累了丰富的经验，还不断学习最新的电商知识，以适应不断变化的市场环境。

规划跨境 发力精细化运营

跨境电商宛如一座无形的桥梁，跨越国界和时区，使得全球的商品能够实现线上交易。在柯桥，众多纺企已经开始布局跨境电商，借助跨境电商的便捷性，将面料推向全球，满足不同国家消费者对高质量纺织品的需求。

淡季季如同太阳，总有一面被照亮，而另一面则因季节更迭而隐匿。“窗纱因为本地市场需求的变化而带来了非常明显的淡季销售模式。因此，我们团队开始思考，在销售淡季，究竟是哪些消费者仍然需要购买窗纱。经过一番讨论，我们想到了跨境电商这个渠道。”漓顺纺织总经理金潇涌说道。

绍兴漓顺纺织品有限公司成立于2004年，2021年开始拓展并深入接触电商平台领域，并组建了线上运营团队。

“公司计划借力亚马逊、SHEIN等知名电商平台，全面打通欧美等国家的市场渠道。公司之前有一个团队专门进行传统电商的运营维护，现在的发展规划有所调整，所以团队需要进行跨境电商的学习和转型。”金潇涌补充道，跨境电商与其他电商相比，具有独特的地域性特点，团队人员的专业性需要提升，因此公司组织了培训课程，覆盖了销售策略和客户服务等方面，使团队成员更加熟悉跨境电商的运营规则，并掌握更多实用的技巧和方法。

“每个人的需求都是独一无二的。在我们的调查中，发现一些国家的消费者可能更偏好于具有特定文化元素的设计，或者对窗纱的材质和功能有特别的要求。”据金潇涌介绍道，漓顺纺织拥有一系列色织提花窗纱产品，包括蒲公英、烟花、人字纹等多种图案，具备稳固的产业链基础，依托自身工厂，确保了产品的独特性，用于满足不同的客户需求，为跨境电商做好了准备。

在数字化浪潮席卷之下，利用电商推动产业的转型升级已成为核心战略之一，纺织行业已逐步融入这一变革之中。柯桥作为全国纺织业的佼佼者，积极拥抱电商市场，不断寻求新的发展机遇，以更加开放的姿态和坚定的步伐，迈向更加广阔的市场。



衣承华韵，古今辉映于时尚舞台

访绍兴祿然文化发展有限公司设计总监陈星颖

本刊记者_王耀祖



陈星颖

旗袍在每一位女性心中不仅是一件衣裳，更是一种独特的情感寄托。无论是追求东方优雅的传统之美，还是希望展现自我魅力的现代风格，旗袍都能以其流畅的线条和精致的剪裁，满足女性对美的追求和对自我表达的渴望。设计师陈星颖的作品，正是东方美学韵味的体现。

入选 2024 年绍兴市柯桥区“人才+纺织创意设计”(经纬专项)创意人才，2014—2017 年参与国家项目《中国工艺美术全集·国卷·技艺卷刺绣、抽纱、编结、剧装道具篇》中的刺绣篇编辑……对于陈星颖而言，这些成就不仅是她个人沉淀与积累的见证，更是她将热爱转化为动力，坚定地深厚的文化底蕴与无限创意相结合的表现。

“旗”质非凡，古典风华的现代蝶变

“我的设计初衷源于热爱。我之所以选择旗袍作为设计的焦点，是希望人们能通过这一具体服饰，更直观地感受到我的设计风格。”陈星颖表示。她巧妙地将传统文化与现代设计相融合，以独到的视角捕捉旗袍所蕴含的古典美，用无限的创意解读美感，并通过设计讲述每一件旗袍背后的文化故事，赋予旗袍新的生命力。

陈星颖曾任职 NE.TIGER 品牌的高级华服设计师。在完成研究生学业后，她前往上海投身于品牌孵化领域。在此期间，她致力于将中国传统文化与科技面料相融合，从多维度深入探索了各种创新可能性。

2020 年，陈星颖担任中艺(香港)有限公司商品部服装总监，专注于文化的推广与传播。陈星颖在职期间，推动“锦衣华裳”TDC 服装发布会，策划主导了霓、纤、逸、华 4 个系列，分别展示了二十年代的繁华与优雅、五十年代的含蓄美、七十年代的朝气，以及二十一世纪结合宫廷工艺与现代时尚的高雅品味，串联起 20 世纪初至今的旗袍演变脉络。旗袍的每一次变迁的呈现都是陈星颖对文化传承的深刻理解与创新诠释，她以匠心独运的设计，让旗袍在时代浪潮中绽放新姿，既是对过往岁月的致敬，也是对未来美学的探索。

“风格的塑造不是一蹴而就、简单划分的，真正的风格需要我们在继承传统的基础上，深入探究文化深层含

义，在每件服饰上体现出独特的意境。”陈星颖说道。在 2014 年，陈星颖参与设计的 APEC 礼服正是对这一理念的完美诠释，其提出的方案被选为礼服，这种式样巧妙地结合了传统与现代的设计元素，使得这件旗袍既有古典的优雅气质，又不失当代的简约风格，在国际舞台上展现了中华服饰的文化底蕴和国家形象。

正如陈星颖所言，真正的风格在于文化的深耕与内涵的挖掘。她设计旗袍不仅是一种服饰的呈现，更是一种文化自信的体现。她用旗袍这一独特的艺术形式，连接了古典与现代、传统与未来，让中华服饰的美学在全球化的舞台上绽放出独有的光彩。每一件作品，都是她对传承的深切思考与时代审美的敏锐捕捉，更是她对古典文化永续发展的不懈追求。

携手柯桥，传统之美的焕新征程

早在 2016 年，陈星颖便与柯桥结下深厚缘分，这一年她参加了“中国轻纺城杯”2016 中国国际时装周创意设计大赛，中国轻纺城丰富的面料资源与精湛的印染技术为她的设计注入无限灵感，最终荣获新锐设计师奖。

“在 2024 年，我参加了柯桥的‘经纬计划’，入选后成立了绍兴祿然文化发展有限公司，希望携手柯桥优质面料企业，将‘祿然’打造为以国潮服饰讲述中国魅力的品牌。”陈星颖表示，柯桥完美地满足了市场对多样化面料的需求，为设计师提供了更多优质的选择，她期望以柯桥卓越的面料研发实力，促进设计的多样化发展，深入探索国内市场需求，并进一步推动文化的广泛传播。她进一步透露道，祿然与部分企业已经达成合作，将亮片刺绣融入产品设计，并推向市场，获得了广泛赞誉。

“我们的客户群体需求各异，比如，对于旗袍有较高要求，期望拥有独特风格的客户，我们会依据其需求和个人品味进行定制设计。同时，我们也会提供小批量成衣制作服务，以满足初识旗袍的顾客。”陈星颖说道。

目前祿然明确了两个发展方向，高端定制旗袍通过艺术性和设计感的融合，打造出具有古法一片式、港式以及礼服等多种风格的服饰；小批量成衣旗袍系列则面向大众，让旗袍不再是遥不可及的艺术品，而是走进寻常百姓家的日常装扮，满足了设计的实用性、环境的适用性、需求的包容性。

陈星颖表示，未来祿然将立足于柯桥面料优势，继续探索各种艺术形式与服饰的结合，通过跨界合作，传承和推广中国传统文化，构建起柯桥面料走向国际的桥梁，创造出更多富有生命力的作品，成为一个面向全球的国际品牌。TA



Focus / 聚焦

浙江省发布数据要素典型案例集，柯桥织造印染产业大脑项目成功入选

以行业需求为牵引，探索数据要素协同优化。近日，浙江省数据局发布了浙江省“数据要素×”典型案例集，绍兴市柯桥织造印染产业大脑运营有限公司主导的“数织未来，产业大脑驱动印染行业新质生产力”项目成功入选。该项目在“数据要素×工业制造”领域展现出显著成效，成为推动印染行业高质量发展的典范。

据悉，该项目通过整合职称评定、人员社保、学历、科技立项等公共数据和平台注册信息、企业脱敏数据等自有数据，旨在实现产才融合、人才培养和知识共享。平台已为 4020 多家企业提供产业咨询和数改服务，建立了数据容量达 45T 的产业数据仓，并集成了 189 多个应用和近百个数字化应用场景。月均活跃用户高达 13.3 万人次，推动面料线上交易 7479 多万吨。通过织造印染产业大脑平台的赋能推广，产业链之间的沟通效率提升了 50%—80%，平均设备报修效率提升了 30%，平台撮合订单交易量提升了 20%。

此外，产业大脑平台还辅导合作伙伴获得了多个省级和国家级奖项，帮助绍兴百丽恒印染有限公司、浙江新舒纺织有限公司等企业成功申报工信部印染规范企业公告项目。平台自身也获得了多个国家级和省级奖



誉奖项，展现出其在行业内的技术底蕴与创新实力。

此次入选不仅是对柯桥织造印染产业大脑项目的肯定，也为浙江省乃至全国印染行业的数字化转型提供了可借鉴的经验和模式。未来，该平台将持续以新质生产力推动纺织印染行业高质量发展，为新时代发展新风潮保驾护航。(边吉洁 文/摄)



面料成衣 × 原创设计，梵诗潮趣女装风尚节举办

近日，中国轻纺城集团旗下成衣选品中心梵诗优品隆重举办了首届潮趣女装风尚节。活动以“原创设计 时尚四季”为主题，面料成衣 × 原创设计新潮联袂呈现，带来双面呢大衣、羽绒服、棉衣、外套衬衫、打底衫、连衣裙、牛仔裤等全品类一站式采购，全方位展现中国轻纺城时尚魅力，喜迎蛇年新春。

据了解，梵诗优品是由浙江中国轻纺城集团股份有限公司携手南油版酷(深圳)科技有限公司，以及绍兴市易灿纺织品有限公司、绍兴柯桥芳华纺织品有限公司两家市场经营户共同打造的“面料成衣化平台”，于 2024 年 6 月底正式开业。该平台致力于发挥以柯桥为中心的全品类面料集聚、以深圳为核心的时尚前沿设计、以杭州为轴心的全网直播带货能力三大板块优势，打造以选品中心为核心，以中央版房、直播基地、成衣加工为配套的产业新生态。

在中国轻纺城国际面料采购中心梵诗优品展厅，品类丰富、款式齐全的时尚服饰，极简、韩系、日系等多元时尚风格，超高性价比的暖心价格，吸引了许多消费者纷至沓来。本次风尚节，展现了梵诗优品平台开业以来，携手柯桥面料企业探索面料成衣化所取得的创新成果，彰显了中国轻纺城时尚创意产业蓬勃发展的活力与魅力。(王利 文/摄)

柯桥区新增 2 项省级先进(未来)技术创新成果

近日，浙江省经信厅公布 2024 年浙江省先进(未来)技术创新成果名单，共认定技术创新成果 112 项。其中，柯桥区的浙江东进新材料有限公司、浙江精工集成科技股份有限公司的项目成功入选，为柯桥区纺织企业的技术创新树立了榜样。

据悉，浙江东进新材料有限公司入选的“防水透湿阻燃功能户外面料制备关键技术及产业化”项目已成功实施，并将其转化于实际，研发出了系列防水透湿阻燃功能面料。该系列面料应用到美国拉夫劳伦、意大利阿玛尼、日本迪桑特、中国安踏、凯乐石等国内外品牌，凭借其卓越的性能和独特的功能，受到了市场的广泛认可和好评。这一成功实践，为纺织产业技术创新和成果转化提供了宝贵的经验和启示。

此外，来自浙江精工集成科技股份有限公司的“千吨级高性能纤维碳化成套装备”项目，同样为实现成果转化这一目标提供了强有力的支撑。该项目解决了预氧化炉、碳化炉、卷绕机等关键核心技术难题，突破了原丝高纯高均匀碳化技术的技术限制，确保了千吨级碳化生产线的长期稳定运行，实现了高性能碳纤维生产装备的自主可控。该设备能够适应生产不同等级高性能碳纤维的需求，其最高单线年产量超过 3500 吨，最高走丝速度可达 20 米/分钟，显著提升了产量和生产效率。

接下来，柯桥区将进一步巩固企业在创新中的核心地位，加速构建产业创新体系，激发企业创新活力，并鼓励企业通过持续的技术革新和成果转化，突破发展瓶颈，实现产业升级与转型，从而推动纺织产业高质量发展。(王耀祖)

会长新年谈

中国家用纺织品行业协会会长 朱晓红：

筑牢根基 笃行致远

■ 本刊记者_夏小云



朱晓红

在内外市场的双重驱动下，2024年我国家纺行业凭借完备的产业链、卓越的制造实力以及有利政策的扶持，实现了稳健增长，出口额成功扭转前一年的下滑局势，展现出强劲的韧性与活力。如今，站在“十四五”圆满收官与“十五五”即将启航的关键节点，2025年无疑成为家纺行业持续奋进、开拓创新的重要衔接之年。中国家纺协会作为行业发展的重要推手，将助力家纺行业稳健前行。

出口增长 内销平稳

2024年，全球经济缓慢复苏，贸易活动小幅回暖，依靠国家一系列稳外贸、稳增长政策的实施，我国家纺行业整体保持了平稳运行。根据国家统计局数据显示，1—11月全国规模以上家纺企业营业收入同比增长1.44%，扭转了前两年的下降局面。但营业成本同比增幅高于收入增幅，行业利润空间受到挤压，利润总额同比下降6.6%，利润率为4.05%，比上年同期下降0.36个百分点。

从各子行业来看，床品营收扭转了前两年的负增长态势，同比增长2.36%；毛巾营收延续上年下降趋势，但受棉花价格回落等因素影响，利润总额同比增长5.74%；布艺营收在前两年高基数下小幅增长，同比增长0.8%。

2024年家纺行业外贸企业抓住主要出口市场需求回升时机，扭转了上年负增长态势。据海关统计，2024年1—11月我国家纺出口441亿美元，同比增长4.95%，但外贸企业经营承压，出口价格下降，利润空间被压缩。在出口的六大类家纺产品中，毛巾产品出口降幅最为显著，毯子略降，其他品类均实现增长。

中国家用纺织品行业协会会长朱晓红谈到，国内销售在国家“两新”政策的推动下整体平稳。2024年以来，尤其是下半年受内生消费动力不足影响，人均消费支出持续回落。国家统计局数据显示，1—11月规模以上家纺企业内销产值同比增长0.35%，结束了自8月以来的负增长局面。

2024年作为家居消费重要组成部分的家纺，陆续被各地确定为“消费品以旧换新”补贴范围，有效提升了家纺消费热情。据不完全统计，全国近一半省市都有地区将家纺列入补贴范围，参与的家纺品牌终端店平均带来同比销售20%的增长，部分家纺集合店12月当月带来近60%的同比增长。补贴活动提振了消费信心，通过消费端刺激拉动生产端，助推了行业高质量发展。据上海、江苏等地反馈，

补贴活动无缝衔接，2025年自1月1日起继续开展，2025家纺内销值得期待。

砥砺前行 向“新”求变

在我国纺织行业全力迈向高质量发展的征程中，2024年中国家纺协会紧扣时代脉搏，以非凡活力与担当，在家纺行业发展进程中刻下了坚实而耀眼的印记。一系列务实举措与创新行动，推动行业在市场拓展、标准建设、人才培育等多方面实现显著突破，引领行业稳健前行。

2024年，协会始终高举党建引领的旗帜，积极响应国家政策号召。朱晓红表示，面对《纺织工业提质升级实施方案（2023—2025年）》，协会将党建工作与业务深度融合，不仅通过多次党员大会、学习会议夯实思想根基，还积极开展党建共建等特色活动，以“三新六力”工作法为指引，推动行业在党的领导下稳步转型升级，巩固我国纺织强国的地位。

在时尚创新领域，通过持续的努力推进家用纺织品设计人才队伍建设，激发行业创新活力。2024年，“震泽杯”、“海宁杯”、“张謇杯”3个设计大赛，参赛作品数量均创历史新高。“海宁杯”还与俱进新增了AIGC赛道。

“2024布艺流行趋势”邀请行业龙头企业以三个主题共同打造创新产品展示区，成为秋季家纺展的一大亮点。“床品流行趋势”在春季展上进行了宣传推广。秋季展组织的纤维艺术展，诠释了当代纤维材料的多元风貌。“家纺设计汇”小程序继续增设板块和功能，得到进一步升级。

秉持国际视野，协会借助春季和秋季家纺展两大平台，积极响应国家扩大开放、构建双循环格局的政策。朱晓红谈到，春季家纺展吸引了众多国内外参展商与专业观众，而秋季家纺展更是逆势破局，海外买家数量增长40%，显著提升了中国家纺行业的国际影响力与全球竞争力。

协会高度重视行业调研与产业研究，坚持每月对行业内20多家产业集群、近300家重点骨干企业进行跟踪调查，结合国家统计局、海关数据，做到每月有汇总，每季有分析报告。2024年，高质量编辑出版了行业年度发展白皮书；开展了4个专题调研，形成了首篇家纺行业科技报告，初步摸清了家纺企业海外投资设厂情况并了解了加征关税对外贸企业的影响；结合春秋两季家纺展，顺利完成了2024年度家纺展调研报告。

科技创新与可持续发展也是协会工作的重点。朱

晓红表示，通过组织床品年会、布艺年会、毛巾年会等一系列重要会议，协会充分发挥桥梁纽带作用，带动全行业产品开发应用创新水平提升，引领行业健康、可持续发展。

睡眠产业领域，协会搭建起睡眠产业协同创新机制，机制工作一年来，已形成发布年度助眠力报告、打造“舒适睡眠空间”、开展科普培训宣传、制订相关助眠标准等六个版块工作，特别是发布的《助眠力洞察报告》，填补了行业空白，为产品研发提供基础理论支撑外，还为消费者提供了更有针对性的舒适睡眠解决方案。

此外，协会在会员服务上不断优化，助力企业获得政策支持。在标准制定工作中成果丰硕，协会作为全国家标委及下设的床品分标委、毛巾分标委、线带分标委主任委员或副主任委员单位，2024年全年共组织召开了5次会议，审定了11项国、行标。中国家纺团标委2024年共制定完成10项团体标准。在资源整合方面，积极响应国家政策，为上下游产业链搭建商贸桥梁，促进协同发展。

七大举措 破浪前行

在全球经济格局深度调整、国内经济发展步入新阶段的当下，家纺行业面临着前所未有的机遇与挑战。朱晓红表示，在新的一年里协会将毫不动摇地以党建工作为坚实引领，为各项工作校准方向，确保始终沿着正确的政治航道破浪前行。

其一，展会升级，打造多元平台。全力提升展会服务质量，从展位布置、展品展示、商贸洽谈对接等各个环节精心雕琢；增强平台的吸引力与凝聚力，致力于将展会打造成集产品展示、商贸洽谈、信息交流、技术研讨于一体的丰富多元商贸交流平台。

其二，设计创新，开拓业务版图。大力推动设计大赛创新，深度加强与设计院校的全方位合作，建立长期稳定的人才培养与资源共享机制，整合各方优质设计资源，努力开拓更多契合市场需求的新业务板块，如智能家居纺织品设计、个性化定制家纺服务等。

其三，会议深耕，促进专业交流。高度重视各个专题会议的落实工作，广泛邀请国内外行业专家、企业精英、科研人员等，围绕行业热点、难点问题展开深入研讨，确保会议内容兼具深度与广度，为家纺行业同仁提供更为专业、高效的交流机会，促进知识共享与合作共赢。

其四，标准完善，提升专业水平。深入促进标准工作的完善与执行，不断提升标准的知识性与专业性，确保家纺行业标准始终与国际接轨，引领行业高质量发展。

其五，睡眠产业，助力健康融合。全心全意为睡眠产业协同创新机制企业做好服务，助力家纺行业深度融入“大健康”产业，满足消费者对高品质睡眠生活的需求。

其六，调研规划，引领未来发展。扎实开展行业调研与产业研究，组织专业调研团队，深入全国各大家纺产业集群、重点企业以及市场一线。全面、认真地分析“十四五”期间取得的成就及存在的问题，运用大数据分析、案例研究等科学方法，立足当下、着眼未来，科学提出“十五五”目标，为家纺行业量身定制一份高质量的“十五五”发展规划，为行业未来五年的发展指明方向。

其七，协会建设，保障高效运转。持续加强协会自身建设，定期组织内部培训与交流互动，全面提升人员素质。优化内部管理流程，引入先进的管理理念与信息化管理系统，提高工作效率与决策科学性，确保协会各项工作能够高效、顺畅运转。

面对国内外复杂多变的市场环境，中国家纺协会将继续发挥引领作用，携手家纺企业，在“十五五”的新征程中，乘风破浪，共创辉煌。家纺企业也应立足当下，面向未来，要有全局思维，主动参与国际合作，形成竞争新优势；要有科技思维，把握未来发展趋势，通过跨界融合创新，助力新质生产力发展；要有价值思维，把握协同创新关键，在品牌化、绿色化、时尚化价值打造中实现共赢发展。[1]

第九届震泽丝绸杯创意设计大赛评审结果出炉

以“丝·致”为主题的“震泽丝绸杯·第九届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛”评审工作于1月9日圆满完成。经过专业评委的层层遴选，最终评选出金奖1名、银奖3名、铜奖5名、优秀奖30名、最佳创意设计应用奖5名、最佳设计题材奖5名、最佳传统纹样表现奖5名、数字艺术创意奖5名和入围奖若干。

本届专业评审团继续依托“家纺设计汇”小程序，全程采取数字化画稿盲评模式，围绕赛事主题，严格按照评审标准对参赛作品进行多元化、多维度的深度评选，确保评审的公正性和客观性。

据统计，本届大赛共收到来自161家参赛单位的2338件作品，其中包含了院校、企业、设计工作室和独立设计师的投稿作品。在科技浪潮的席卷下，AIGC在设计的前沿领域开始拥有一席之地，因此，本届大赛首次增设AIGC报名赛道，共收到相关作品近300件。

大赛新闻发言人、江南大学设计学院教授、博士生导师张毅对大赛“丝·致”主题进行解读时表示，党的二十大明确指出高质量发展是社会主义现代化建设的首要任务，“丝·致”这一主题与此紧密相连。“丝”代表着丝绸文化，是震泽古镇的传统特色产业，而“致”则可从动、名两种词性阐述，既是取极致、精致之意，展现大赛对于设计作品的高要求，也指设计师们致力于将最好的中国丝绸设计作品奉献给世界。

大赛评审委员会执行主任、中国家纺协会副会长兼秘书长王易表示，震泽丝绸杯大赛已历经九载春秋，吸引了全国14400余名设计师及院校师生积极参与，累计提交作品超过2万件。大赛不仅为行业挖掘并培育了大量设计精英，还在震泽建立了丰富的作品版权库，为企业的产品开发提供了源源不断的创意源泉。

明年，震泽丝绸杯步入第十个年头，也恰逢“十五五”规划启航之年。未来，震泽丝绸杯大赛将从深挖家纺文化内涵、推动科技与时尚融合、拓展时尚传播渠道三个方面，构筑家纺时尚文化发展体系，掌控国际时尚话语权，为中国家纺行业的繁荣发展贡献力量。

震泽镇党委副书记、镇长姚俊表示，持续举办“震泽丝绸杯”大赛，不仅能够提升震泽及丝绸产业的知名度，更是创建一个创意迸发、人才辈出、企业受益的平台。

未来，将继续集聚优质资源，使其成为中国家纺设计前沿理念的重要展示平台，成为丝绸家纺产业创新发展的重要引擎。同时，不断完善产业链，优化供应链，提升价值链，共推震泽丝绸产业高质量发展，让丝绸文化在震泽古镇蝶变新生，再现辉煌，走向世界。（夏小云）

会长新年谈

中国毛纺织行业协会会长 刘家强：

困境中展现韧性，毛纺业实现稳中有进

本刊记者_郭春花



刘家强

刚刚过去的一年，我国毛纺织行业以其“小而美”“稀而贵”“专而精”的特质，在复杂多变的国内外形势中展现出非凡的韧性和创新活力。站在旧岁与新年交接处，中国毛纺织行业协会会长刘家强为我们解读行业发展亮点、挑战，并提出下一步的发展建议。

克服困难，行业稳中有进

TAweekly：面对错综复杂的国内外形势，2024年以来，我国毛纺织行业的发展态势如何？特别是在内销和出口方面，呈现出哪些特点和趋势？

刘家强：2024年，我国毛纺织行业遭遇了外部环境的多重挑战，包括海外市场需求疲软、国内需求不足以及国际贸易风险上升。尽管如此，通过科技创新和产业链的协同合作，毛纺行业保持了效益水平的稳定，生产实现了稳中有进。

从数据来看，2024年1—11月，规模以上毛纺织及染整加工企业的总营业收入同比增长了5.5%，增速快于纺织业4%的平均水平；平均利润率为3.9%，也高于纺织业3.2%的平均水平。这表明，尽管面临严峻挑战，毛纺行业依然展现了较强的抗风险能力和发展韧性。

在出口方面，2024年1—11月毛纺原料与制品的出口额共112.3亿美元，同比下跌0.2%，其中初加工羊毛羊绒原料的出口回落较快。这一趋势反映出，受全球经济低迷影响，毛纺产品的国际需求有所减弱。

欧、日、美等作为传统毛纺产品的消费市场，消费者对毛纺产品有一定的固有认可和偏好，但是随着快时尚的兴起，以及毛纺原料供应量的减少，毛纺产品的定位持续转向高端市场，呈现消费规模下滑，消费的品质和价格水平提升，也对国内毛纺行业未来发展方向提出新的要求。

目前，中国毛纺产业链承接了全球约80%的用于加工生产毛纺织和服装产品的羊毛的初加工，并持续进行纵深加工，生产了50%的毛纺纱线和毛呢面料，30%的毛纺最终产品。

同时中国也是重要的毛纺消费市场，毛纺成品约有一半留在中国市场销售。近年来，国内市场的支撑作用日益凸显。毛纺行业是一个“小而美”“稀而贵”的行业，其保暖护肤、奢华时尚、天然可持续、吸湿排汗、阻燃不熔融等多种天然特性品质需要进一步获得国内市场和消费者的认可。

科技引领，智能融合发展

TAweekly：2024年，行业在科技、品牌、可持续、智能化发展等方面有哪些突出亮点？

刘家强：毛纺行业不仅“小而美”“稀而贵”，它还是一个“专而精”的行业。近年来，毛纺织行业在科技、品牌、可持续和智能化发展等方面取得了显著进展，大大提升了毛纺企业“专而精”的竞争力。

2024年，在“双碳”工作方面，中毛协持续深入推进，与中国纺联联合编制了产品碳足迹系列标准，为毛纺织细分领域提供了碳足迹核算的指导。同时，我们组织了2024/2025年度毛纺织行业碳排放项目研究，对主

要山羊绒和绵羊毛产品的碳足迹进行了测算，帮助企业了解自身产品碳足迹在行业中的水平。

在科技创新方面，毛纺织行业有两家企业荣获了中国纺织工业联合会科技进步奖二等奖。内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司在山羊绒等动物纤维鉴别技术及标准研制方面取得了突破；山东如意科技集团有限公司和上海嘉麟杰纺织科技有限公司则在热湿舒适功能纺织品结构设计与制备关键技术及产业化方面取得了显著成绩。

在团体标准化工作方面，中毛协加大了对团体标准能力建设和标准制定的力度，2024年完成了6项中毛协团体标准的制定，为行业的高质量发展提供了有力支撑。

在数字化、智能化建设方面，毛纺织行业涌现了一批典型毛纺智能工厂，如康赛妮集团有限公司、浙江新澳纺织股份有限公司、山东南山智尚科技股份有限公司和顺木控股集团有限公司等。这些企业通过引入先进的数字化、智能化技术，实现了生产流程的自动化、智能化和透明化，显著提高了生产效率和产品质量。

整合资源，加强集群建设

TAweekly：2024年，毛纺织产业集群表现抢眼，您对当前集群经济的发展怎么看？对今后毛纺织集群的发展有哪些建议？

刘家强：集群经济作为毛纺织行业的重要组成部分，通过资源共享、产业链协同和品牌共建，有效提升了区域竞争力。

当前，集群经济正面临着新的机遇和挑战。一方面，国外市场需求疲软，国内市场需求降级；另一方面，消费者对高品质、个性化的毛纺产品需求在不断增加，为集群提供了更为广阔的创新发展空间。随着数字化、智能化技术的广泛应用，集群内的企业可以更好地分析市场需求，整合产业链供应链资源，优化生产流程，提升效率。

建议毛纺织产业集群在未来的发展中，进一步整合资源，增进集群间的合作与交流，通过产业链上下游的紧密配合，实现产业链提档升级。同时，加强国际间合作交流，共同应对国际贸易壁垒和技术挑战，形成合力提升纺织行业国际竞争力。

应对挑战，强化转型升级

TAweekly：2025年，面对国际贸易形势的复杂多变，毛纺行业的出口形势估计会更加严峻，行业下一步应该着重哪些方面的发展？

刘家强：面对2025年更加严峻的国际贸易形势，毛纺织企业应积极采取以下策略来规避风险、应对挑战并拓展国际市场：

一是持续关注国内外宏观经济形势及市场动态，加强风险预警和应对机制的建设，加强与上下游产业链的合作，共同应对市场变化。二是行业协同发声，共同应对国际贸易壁垒、碳排放壁垒等挑战。企业应积极参与相关可持续生产与产业链研究工作，积极参加标准制定，为未来发展未雨绸缪。三是寻求转型升级的机会，通过技术改造和产品创新提高产品附加值；优化供应链管理，提高运营效率；采取节能减排措施，降低能源消耗和生产成本；加强品牌建设，提升产品知名度，抵御市场风险。

2025年，虽然面临诸多挑战，但只要我们紧抓机遇，积极应对国际贸易形势的变化，加强行业内部的协同合作，就一定能够实现更加稳健和持久的发展。TA

追忆黄金十年，中国服装产业“时尚觉醒”纪实

本刊记者_徐长杰

“一是中国服装产业由茫然到探索走信息艺术路线的路线觉醒；二是十几亿国人衣装风貌由盲目从众随大流，到追求个性文化的时尚觉醒。”2025年初，88岁的“老学生”谭安，站在历史与未来的交汇点，深情回望改革开放初期服装产业觉醒的曙光。从连成产业体系、连成产业路线到连成产业雏型，改革开放黄金10年，中国服装业悟出了以服装为龙头的产业发展模式，以信息技术路线与信息艺术路线双融合的发展策略，基本建成一条中国服装全产业链，成为中国制造的一张亮丽的国际名片。

作为这一段光辉岁月的亲历者，谭安曾参与筹建从零起步的中国服装研究设计中心，分管服装科技文化这一板块，是中国纺织服装产业改革开放的先行者和探索者、中国式时尚体系创建的先驱者和思想者、中华服饰文化走出去的先锋者和推进者之一。他创作的《时尚觉醒：中国服装业黄金十年三十问》一书，既铭刻了中国服装业黄金十年的实践探索与思想变迁，又深入挖掘了时尚产业创新发展的路径，理论与实践相得益彰，是一部极具价值的行业启示录。

信息艺术“化”出“美起来”的中国

党的十一届三中全会揭开社会主义改革开放的序幕，中国由此踏上伟大征程，实现了从“赶上时代”到“引领时代”的历史性跨越。1月9日在北京举行的新书发布会上，中国纺织服装教育学会会长纪晓峰深情回顾，40多年来，中国纺织服装业从改变“凭票供应”短缺缺乏状况，到崛起成为世界纺织生产、出口、消费第一大国，再到持续转型升级，成就举世瞩目。东华大学出版社出版的《时尚觉醒：中国服装业黄金十年三十问》一书，忠实记录那段波澜壮阔的产业发展史，是向奋斗在一线的产业开拓者的崇高致敬。

东华大学出版社社长陈珂在会上提到，谭安老师虽已步入耄耋之年，却从未停下学习的步伐，他以老学生自勉，笔耕不辍，方有此书稿。作为专注纺织服装领域的专业学术出版机构，出版社对谭老师这部耗时十余年精心打磨的心血之作高度珍视，编校团队悉心打磨，从封面创意、内文排版到纸张甄选、印刷装帧，每个环节皆精雕细琢，力保书籍品质上乘，终使这部凝聚行业智慧与时代记忆的佳作得以问世，成为不可多得的时代见证。

“信息艺术路线不仅适用于服装业，更可推广至所有制造业，乃至文旅产业、体育产业、观光农业、环保业等多个领域。”谭安认为，数字“术”化与文“化”这两种到位，就是制造业的真功夫在“微积分”。本书填补信息艺术路线之白，找到中华传统文化“和合”基因的天性、人性、理性三大根基，认知“和合”基因是中华文化基因库中最核心的优质基因之一。如同大海“开放包容”，宽松、舒适、自在的轻快时尚，才是时尚的最大公约数，才是当下世界主流时尚。



与会嘉宾为新书揭幕。

环向思维 有始有终循环不息

发布会上，原中国驻法大使、外交学院原院长赵进军，新书作者谭安，著名艺术家、知名设计师、中国服装设计师协会原副主席张肇达，中国纺织服装教育学会会长纪晓峰，中国职业模特委员会主任委员汪桂花，东华大学党委宣传部副部长刘雯玮，东华大学出版社社长陈珂共同为新书揭幕。

服装产业与人民生活息息相关，是彰显民族形象与精神风貌的重要载体。随着人们对衣着品质的需求日益提高，服装产业逐步演化为时尚产业、创意产业、文化产业。服装产业链和信息艺术路线，两者都是从消费者需求这个原点出发，经过几十个环节，凝结成衣，再经销售渠道送到消费者手上，回到原点。谭安在新书中采用了环向思维的方法论，贯穿纵深，跨界四方，强调宇宙间一切事物都遵循“周而复始”的规律，为读者开启了全新认知视角。

赵进军回忆起2003年在法国担任大使期间，谭安先生积极参与筹划在巴黎举办中国服饰表演。这是新中国成立后首次在世界时尚之都展示中国文化，增进了中法友谊以及中国与世界各国人民之间的了解与合作。

“温故知新，致敬探路者；继往开来，共圆复兴梦。”清华大学美术学院原院长、中国服装设计师协会原主席李当岐表示谭安先生对服装产业的赤诚之心和严谨的治学精神令人敬佩，新书不仅以详实史料和真实情感记录了中国服装产业不平凡的初期发展历程，还深挖了发展过程中遇到的困难和克服办法，具有重要的历史价值和学术价值。

天津师范大学美术与设计学院原院长华梅在会上提到谭安先生对新生事物的关心和支持、对年轻学者的提携和帮助，让她深受感动。她认为谭安先生对中国“和合文化”的理解与运用具有高度前瞻性，使服装在改革开放伊始就成为鲜明的文化标志。

张肇达表示，谭安先生对工作的专注、对产业的贡献和对朋友的关怀令人敬佩。如今东方服饰和文明已经逐渐走向世界中心，与文化共同成为新的主流，而谭安先生的新书精彩地记录了中国时尚产业觉醒的起点。

山东滨州愉悦家纺有限公司智能制造工程总监刘尊东分享了幻彩时装信息技术和艺术的融合发展。他表示，谭安先生提出的这一路线，促使行业从消费者审美价值取向的视角重新审视产业路线，将对产品基本功能的需求逐渐升华至对审美艺术的追求，这不仅是社会发展的必然趋势，也给制造业发展带来了全新的方向。

回忆那段激情燃烧的岁月，回顾服装产业的成就和荣耀，展望时尚产业的革新道路。谭安先生用卓越的智慧与满腔的热情，在字里行间重现了“衣冠上国”的独特气质，不仅让我们深刻领略了中华服饰文化的魅力，更推动了服装产业成为塑造高品质生活不可或缺的重要驱动力。TA



一个年复合增长率超20%的新兴服装领域，就在你我身边？

■ 本刊记者_董笑妍

伴随着社会心理需求的不断变化，一种新兴服装正以每年超20%的复合增长率快速拓展市场，这就是宠物服装。

当下人们生活节奏快、工作压力大，孤独、压抑感普遍存在，催生了所谓的“孤独经济”，宠物经济便是其中典型代表。“毛孩子”们作为情感伴侣已悄然跃升为家庭新成员，宠物服装市场也随之迎来了前所未有的繁荣时代。宠物主人也希望通过高品质且独特的宠物用品，为爱宠提供更舒适、更有爱的生活体验，并满足自身社交属性，彰显独特个性。

根据《2023—2024年中国宠物行业白皮书》数据，将近90%的“铲屎官”会把宠物视为家人或朋友，也越来越愿意为情绪价值、为“毛孩子”买单。

亚太地区成为全球宠物市场新阵地

全球宠物市场规模在不断扩大，据 Consumer goods 研报，2023年全球宠物服装市场规模为59.8亿美元，预计到2030年，将达到87亿美元，年增长率达4.7%。阿里巴巴国际贸易站发布的《2024宠物行业全球贸易趋势分析》也显示，宠物服饰买家指数年同比增长19.3%，商机增长年同比增长13.1%。

近几年，一众国际奢侈品牌也纷纷加入宠物服饰领域，如爱马仕、LV、Gucci、Versace、Burberry等也都相继推出宠物相关时尚服饰以及穿搭用品。奢侈品牌的举措不仅推动自身“出圈”效应，更为宠物服饰行业注入了一股强劲的潮流动力。

从地区看，当下依旧是北美主导着全球宠物服装市场，根据美国宠物用品协会(APPA)2023年报告：2022年，66%的美国家庭至少养一只宠物，而在宠物上的支出超过1368亿美元，同比增长10.8%。欧洲市场发展相对比较稳定。而亚太地区宠物服装市场增速最快，从KBV(Knowledge Base Value)发布的研究报告中更可以看出，目前中国主导了亚太地区宠物服装市场，并将在未来几年继续占据主导地位。

据悉，我国宠物服装业于1992年正式形成，根据《宠物服饰行业市场调查分析报告》，如今中国宠物服装市场规模已超过35亿元人民币，并且仍在以每年20%以上的速度增长，庞大的养宠人群基数、日益多元的消费需求，再加上本土品牌的创新活力，无疑为



行业带来了广阔的想象空间。未来，宠物服饰或将从小众市场跃升为新兴消费热点。

宠物服装面面观

通常宠物服装分为日常类、功能类和定制类三大品类。

PETS International的一项调查结果显示，日常类宠物服装中，设计感是饲主购买宠物服装时考虑的一项重要因素。新时代的宠物主人往往乐于将自己的时尚意识映射到宠物身上，在这一趋势下，H&M、Ralph Lauren等著名时尚品牌相继推出宠物服装；国内时尚服装跨境电商SHEIN也进军了宠物市场，主打宠物服装饰品。此外，宠物服饰越来越新颖多样，还有部分饲主为自己的宠物穿上了女仆装、汉服、动漫服等变装服饰。

功能类宠物服装包括宠物保暖服、散热服、术后服、雨具等。如宠物术后服便是用于防止宠物缝合部位感染、保持宠物体温的医用宠物服装；一些智能宠物服装也开始在市场上悄然兴起，集成传感器的智能宠物服装可以监测宠物的心率、体温等指标，宠物智能夜行服(反光衣)旨在降低宠物狗夜行滋生安全事故的可能性，这种高科技产品有望在未来几年内成为市场的新热点。

宠物定制服装一般用于宠物婚礼或宠物婚礼等特定场合，以及针对体型较小买不到合适服装的超小体马尔济斯犬、茶杯宠物等，宠物定制服装通常对款式设计、面料质感要求较高。

除了占大头的宠物服装外，宠物生理裤、项圈、挂饰、鞋子等等也有很大发展。可以说宠物服饰细分不比人类服装细分差多少，有各类配饰(项链、指套、发夹等)、项圈、遛绳、口水巾、鞋、携行箱包、推车、眼镜等不同产品。

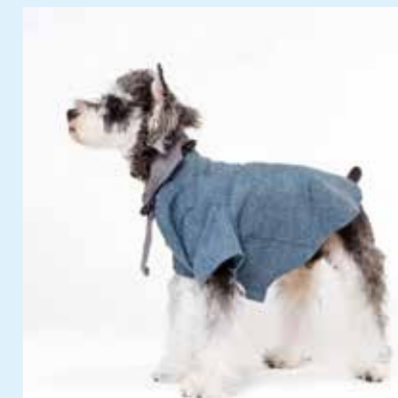
此外，针对不同体型的犬种，市场上已经衍生出大型犬、中型犬、小型犬等多条产品线，同一体型内部又会进一步区分，比如贵宾犬、博美犬等小型长毛犬可以穿同一码的服装。这种精细化运作有助于提升产品的适用性和舒适度，让每一只宠物都能找到量身定做的时尚装扮。

国内竞争格局分散方兴未艾

目前，国内知名宠物用品品牌如RALPH LAUREN PETS、PETCO、PAWMAN等已在国内市场中占据稳固地位，与此同时，众多独立设计师品牌和新兴势力也正逐步渗透并扩大其市场份额。

“土毛毛”品牌创始人卢俊达，出身于南通家纺世家，便是在因缘际会之下，选择了宠物服装这一细分市场作为突破口。卢俊达凭借对中国服饰文化的深刻理解，其主打的宠物二次元服饰迅速获得市场热烈反响，随后更推出了融合国风元素的宠物服装。他及团队坚信：“文化的崛起将带动品牌的复兴，文化传承是新国货品牌最引以为傲的底色，宠物服饰领域也应拥有属于中国人的自主品牌。”

在当下新消费缺口和新品牌频出的同时，也需要认识到，宠物服装市场竞争格局还相对分散，尚未形成少数品牌垄断大部分



市场的局面。宠物服装领域依旧面临品牌效应不足、产业集群尚未形成的挑战。但随着市场持续扩张与竞争加剧，新兴品牌与企业层出不穷，也预示着未来宠物服装市场的竞争将更为白热化。

Seahow CEO Will指出，宠物服饰的成功之路并不平坦，原因在于宠物服装的季节性特征以及因尺寸、颜色繁多导致的库存管理难题，这些都对品牌的持续发展构成挑战。

宠物服装的研发设计也是品牌发展的一大难点，既需高额成本投入，又需确保宠物穿着的舒适度。宠物因为活动量大、活动幅度大、易撕咬等特点，为服装设计带来不少难点，不少品牌表示，灵活性是设计宠物服装关键考虑因素，他们会采用弹性面料做胸带和颈带，以调节提供给宠物贴身且舒适的贴合感。一件外套越适合各种宠物类型，它的适应性就越好。

面对日益激烈的市场竞争，众多宠物服饰品牌也开始探索新的运营模式，其中，基于网络的“预售+定制”模式成为一种主流，通过预售数据指导生产，可有效降低库存风险。电商平台与社交

媒体已成为推动宠物时尚消费的重要力量，年轻人尤其倾向于通过这些渠道获取时尚资讯并完成购买。宠物博主的推荐因风险低、影响力大而备受青睐，如知名宠物主“回忆专用小马甲”、“税后五百万翻番”等均拥有百万级庞大粉丝群。

尽管线上购物便捷，但线下宠物店的试穿与互动体验依然具有独特吸引力，尤其对于高端定制商品而言。如亚宠展上的明星猫“小小”便吸引了大量观众专程前往，对于宠物服装品牌而言，亚宠展无疑是一个展示实力、拓展市场的绝佳舞台，其影响力也在逐年增强，参观者络绎不绝。

如今宠物服装作为一个充满活力与潜力的新兴市场，正伴随着人们情感需求的升级而蓬勃发展。尽管依旧面临诸多挑战，但随着消费需求可以预见的进一步释放，宠物服装有望迎来更加广阔的发展前景，成为新兴消费领域中的一抹亮色。TA



AruGaw

诺奈

广告

致力于为全球提供

高端定制服务

OUR VALUE PROPOSITION BASED ON HIGH QUALITY

带弹力的精致装束，散发着自由的艺术

Exquisite elastic clothing exudes freedom of art

定制电话：400-0562178

定制地址：大连西岗区新开路82号九邦大厦2902室

冬季尾市成交回缩 价格指数环比下跌

20250113 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20250113期纺织品价格指数收报于104.00点，环比下跌0.51%，较年初下跌0.51%，同比下跌0.98%。

总价价格指数



中国轻纺城冬季尾市成交回缩，其中：原料市场价量环比小升，坯布市场价量明显回落，服装面料市场布匹价量环比下跌，家纺类产品成交价量环比小升，服饰辅料价量明显回落。

原料行情环比小升，涤纶环比上涨，纯棉纱价格稳定

据监测，本期原料价格指数收报于80.71点，环比上涨0.16%，较年初上涨0.16%，同比下跌2.24%。

聚酯原料涨跌互现，涤纶行情环比上涨。本期涤纶原料价格指数环比上涨。近期华东地区PTA现货主流4920元/吨，环比上涨50元/吨；MEG主流4740元/吨，环比下跌125元/吨；聚酯切片市场报价环比推升，江浙地区有光切片现金或三月承兑6190元/吨，环比上涨70元/吨；无光切片现金或三月承兑6170元/吨，环比上涨70元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比推升，价格环比上涨，POY报价7100元/吨，环比上涨185元/吨；FDY报价7550元/吨，环比上涨135元/吨；DTY报价8300元/吨，环比上涨75元/吨。因农历年终临近，市场局部囤货环比增加，订单环比推升，常规品种成交量环比增长。

近期，涤纶短纤价格环比上涨，江浙1.4D×38MM直纺涤纶短纤中心价在6890元/吨，环比上涨10元/吨。1月上旬，纺织行业需求环比回升，纱厂对涤纶短纤刚性需求逐日增加。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小幅推升，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局部小增，但仍显平淡。纱线市场行情环比小升，但纯棉纱行情仍偏弱运行，下游春节前备库仍相对有限，纺企对棉花原料采购也多维持刚需小批量采购。

近期，粘胶短纤原料价格环比小涨，粘胶短纤1.5D×38MM中端实际中心价在13770元/吨左右，环比上涨10元/吨。粘胶短纤行业开工率维持，产量较上周稍有增加。场内库存水平暂无压力，整体呈增加趋势。下游人棉纱市场按需补货，价格持稳运行。临近春节假期，下游厂家需求采购有限，多维持刚需接单，部分厂家订单可维持至2月底。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。

坯布行情明显回落，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于117.38点，环比下跌1.54%，较年初下跌1.54%，同比下跌1.10%。

近期，坯布市场营销明显回落，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比回缩，坯布价量环比下跌。其中：混纺纤维坯布行情明显回落，T/C涤棉纱卡坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量明显下跌；化学纤维坯布现货成交和订单发货明显回落，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶约坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量明显下跌；天然纤维坯布需求略显回落，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘坯布市场成交略回落，拉动坯布类总体价格指数环比下跌。

服装面料环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期服装面料类价格指数收报于116.12点，环比下跌0.47%，较年初下跌0.47%，同比下跌0.14%。

本期服装面料类价格指数环比下跌。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比回缩，传统市场成交环比下跌，冬季面料下单环比回落，春季面料下单环比下跌，对口客商入市认购逐日回缩，服装面料价格指数环比下跌。其中：纯棉面料、涤纶面料、涤棉面料、涤毛面料、涤锦面料、粘毛面料、锦棉面料成交价量不等量下跌，拉动服装面料价格指数环比下跌。

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100.96点，环比上涨0.10%，较年初上涨0.10%，同比下跌0.96%。

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，轻纺城家纺市场成交环比增加，整体市场价格环比回升。其中：床上用品类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比上涨走势；窗帘类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比上涨走势；日用家纺类现货成交和订单发货环比回升，价格指数呈环比上涨走势，拉动家纺类总体价格指数环比上涨。

市场行情明显回落，辅料指数环比下跌

据监测，本期服饰辅料类价格指数收报于129.36点，环比下跌1.28%，较年初下跌1.28%，同比下跌2.63%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交明显回落，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。其中：衬料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；线绳类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；花边类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；服装里料类行情明显回落，价格指数呈一定幅度下跌走势；带类行情环比回缩，价格指数呈环比下跌走势，拉动辅料类总体价格指数环比下跌。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城市场整体行情将呈现震荡下跌走势。因农历年终临近，面料现货成交将环比下降，整体市场成交显现不足。目前市场供大于求的局面依然突出，常规性面料的高库存情况也相对较多，相较原料库存来说，坯布的去库存压力加大。就最近市场来看，织造企业销售不足，动销产品相对有限，尤其是常规面料占据着大量的市场份额，销售却并不如预期。预计大众产品认购踊跃度将环比下跌，整体市场成交将呈现逐日下跌走势。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



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

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