

# 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

2025.02.24 | 第06期 | 总第1206期



# 中国国际纺织面料及 China International Trade Fair for Apparel 辅料(春夏)博览会 Fabrics and Accessories-Spring Edition

2025.3.11-13

国家会展中心(上海)  
8.1馆 E120

National Exhibition and  
Convention Center (Shanghai)

展会报名进入倒计时  
优质展位有限  
诚邀您的参与



**SEOULTEX  
FASHION SOURCE**  
2025纺博会海外展  
暨第三届中国轻纺城  
韩国首尔纺织面辅料展  
东大门设计广场DDP  
2025.3.26-28

## ADVANTAGE 展会优势

### 参展政策

柯桥企业参展享有展位费补贴政策

### 资源整合

三星、现代、SK、东广国际对接采购

### 全新场馆

首尔纺织服装产业核心区—东大门设计广场

### 创新形态

与2025首尔MEGA时装周强强联合

- ▶ 时尚前沿分享沙龙，洞见未来，引领潮流；
- ▶ 市场考察及知名企业对接交流探寻商机，共绘合作蓝图；
- ▶ "柯桥之夜"精准专场对接私享会，中韩面料与时尚共融（名额有限，先到先得）；
- ▶ "原创品质，平台赋能"专场对接暨"行走的时尚在韩国"跨国云集采，创新云端商贸模式，实现线上线下无缝衔接。



扫码报名



主办单位：浙江中国轻纺城集团股份有限公司 \ 绍兴市柯桥区会展业发展中心 \ 韩国时尚产业协会；  
承办单位：绍兴市柯桥区金柯桥展会有限公司 \ 首尔FASHION HUB；  
协办单位：三星服装 \ 现代服装 \ SK服装 \ 东广国际；支持单位：韩国纤维产业联合会

# 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: 纺织时报  
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*

科技感十足！我国登月服命名“望宇”  
17部门联合印发通知，部署开展“一起益企”行动  
鄂尔多斯温暖基金会获评“4A级”社会组织

## 07 关注 *Attention*

纺织民营经济必将迎来高质量发展的“又一个春天”  
多元活动促进中美贸易有效开展  
展现供需两旺市场活力  
地方两会聚焦产业升级，以新质生产力引领新发展



## 12 特别报道 *Special*

守正创新，构筑纺织多元内需新繁荣

## 14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

鼓干劲、明方向、启新程！  
一纸一笔一画一件衣，为柯桥纺织服装添色彩  
“白娘子”春晚“战袍”出自柯桥“经纬大师”之手

## 18 纺机 *Industry*

顾平：纺机行业发展“稳”字当头、“实”字打底

## 19 流通 *Industry*

徐建华：培育新质生产力 构建流通新生态

## 20 市场 *Market*

卜晓强：引领服装流通“新质、新尚、新能”  
杨志雄：数字化引领，赋能时尚产业蝶变升级

## 24 品牌 *Brand*

波司登与香港大学战略合作，深化 ESG 创新实践  
Red Copper 童装加速布局，拓宽品牌版图



袁春妹  
《纺织服装周刊》副总编辑

# SPRING 春天

时值二十四节气“雨水”，进入到了一个有利于万物生长的时节，润物无声的春雨，让枯木逢春，催种子发芽，使春意盎然。

2月17日，一个重要会议——民营企业座谈会在京举行，这次会议所释放出的信号，对于民营企业而言同样如同一场春雨。会上，习近平总书记的讲话为民企注入了强大的发展信心和动力。他充分肯定了民营经济的重大成就与重大贡献，强调“党和国家对民营经济发展的基本方针政策，已经纳入中国特色社会主义制度体系，将一以贯之坚持和落实，不能变，也不会变”，并对当前和今后一段时期促进民营经济健康高质量发展做出了全面部署。

事实上，为助力民营经济发展，国家一直在推动相关支持政策和措施，从梯度培育中小企业，强大企业可持续发展能力，到加强企业融资服务，为企业发展增添动力等等，多维支持实体经济发展。就在前不久，工业和信息化部、国家发展改革委、财政部等17部门还联合印发了通知，部署开展2025年“一起益企”中小企业服务行动，重点从政策惠企、环境活企、创新强企、人才兴企、法律护企等5个方面来助力企业实现高质量发展。

民营经济是值得被关注和给予支持的！当前，民营经济在全国GDP的比重已经超过60%，民营企业数量在全国企业总量的占比已经超过92%，且在国家高新技术企业中民营企业的占比已超92%。从华为、小米到比亚迪、新希望，再到宇树科技和韦尔半导体，这些备受关注的民营企业座谈会代表，又或是近几个月被称为国运级产品的DeepSeek缔造者深度求索等等，中国民营企业正不断释放中国科技创新的新能量。民营经济在稳增长、促创新和保就业等方面均发挥了重要作用，是当之无愧的中国经济增长重要力量。

当然，再及时的春雨也无法滋养没有生命力的种子。好的政策和环境在有理想、愿作为的企业身上才可能发挥出其该有的价值和效用。就当前中国纺织业的发展环境而言，不管是外部带来的压力，还是产业自身高质量发展转型的需要，行业企业必须锁定科技、时尚、绿色发展主线，着力新质生产力的打造，全力推动产业新跃升。

从超50%的全球纤维加工总量，到连续五年保持的逾3000亿美元的纺织品服装出口额等等，尽管，我们早已经用一连串的数据验证了中国纺织产业的价值和竞争力，但在纺织强国建设的道路上，我们仍需稳健前行。因此，夯实行业和企业可持续发展力仍是重中之重，科技创新则首当其冲。

作为纺织企业，理应稳住、做强自己的主业，这是本分也是路径；此外，便是务实提升自己的科技创新能力，用科技力量构建优势，用硬实力开创中国纺织业和企业自身的更多美好春天。

### View point / 产经看点

近日，国家税务总局发布的最新数据显示，去年，现行支持科技创新和制造业发展的主要政策减税降费及退税达26293亿元，助力我国新质生产力加速培育、制造业高质量发展。

——经济日报

中国人民银行2月14日发布的金融统计数据报告显示，2025年1月份我国人民币贷款增加5.13万亿元，同比多增明显。专家认为，开年首月贷款合理增长，助力实体经济平稳开局。

——中国政府网

国家外汇管理局2月18日发布的统计数据报告显示，2025年1月，银行结汇1815亿美元，售汇2268亿美元；银行代客涉外收入6084亿美元，对外付款6350亿美元。

——光明网

据对全国流通领域9大类50种重要生产资料市场价格的监测显示，2025年2月上旬与1月下旬相比，21种产品价格上涨，20种下降，9种持平。

——国家统计局



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

## 科技感十足！我国登月服命名“望宇”

据中国载人航天工程办公室消息，经公开征集评选，中国载人月球探测任务登月服和载人月球车名称已经确定，登月服命名为“望宇”，载人月球车命名为“探索”。

登月服和载人月球车的名称具有鲜明的中国特色、时代特色和文化特色。“望宇”寓意遥望宇宙、探索未知，与执行空间站飞行任务的“飞天”舱外服相呼应，寓意在实现飞天梦想、建成“太空家园”之后，中国载人航天踏上了登陆月球、遥望深空的新征程，也传递出中国发展航天事业始终坚持和平利用太空、为构建人类命运共同体做贡献的坚定立场。“探索”寓意对未知世界的探索实践，鲜明体现月球车将助力中国人探索月球奥秘的核心使命与应用价值，与“探索浩瀚宇宙、发展航天事业、建设航天强国”的航天梦高度契合，彰显中国载人航天勇攀高峰、不懈求索的创新精神。目前，望宇登月服和探索载人月球车已全面进入初样研制阶段，各项工作进展顺利。

目前，载人月球探测工程登月阶段任务各项研制建设正按计划稳步推进，已完成前期的关键技术攻关和深化论证，转入初样研制阶段。按计划，中国载人月球探测工程将在 2030 年前实现载人登陆月球，开展月球科学考察及相关技术试验，突破掌握载人地月往返、月面短期驻留、人机联合探

测等关键技术，完成“登、巡、采、研、回”等多重任务，形成独立自主的载人月球探测能力。

值得一提的是，早在去年 9 月的中国“第三届航天服技术论坛”开幕式上，中国载人航天工程办公室就面向社会发布登月服征名活动，并首次公开了中国登月服外观：登月服主体散发出科技感十足的金属光泽，上下肢红色装饰带增强了视觉上的力量感和修身效果；上肢装饰带设计成优雅飘逸的“飞天”飘带造型，下肢装饰带设计成火箭升空尾焰造型，上下呼应，形成一飞冲天的势态；服装总体借鉴了传统铠甲的形态，硬朗刚毅，彰显出征的庄严气魄和非凡勇气，传递中华民族开拓进取、勇毅前行的意志精神。

登月服作为未来载人月球探测任务核心装备之一，主要用于航天员执行月面出舱活动任务时的生命保障和作业支持，能够对月球表面的真空、高温、月尘、辐射环境等复杂环境进行综合防护，着服航天员可以完成行走、攀爬、驾车、科考等月面出舱活动作业。

据介绍，登月服自 2020 年启动研制以来，聚焦复杂环境综合防护、人服能力提升，以轻量化、小型化、高安全可靠为目标，突破了多项关键技术，确立总体技术方案，为我国首次载人登月任务的顺利实施奠定了坚实基础。(综编)

Direct/ 直击

### 17 部门联合印发通知，部署开展“一起益企”行动

日前，工业和信息化部、国家发展改革委、财政部等 17 部门联合印发通知，部署开展 2025 年“一起益企”中小企业服务行动，服务行动将贯穿 2025 年全年，重点从政策惠企、环境活企、创新强企、人才兴企、法律护企等五个方面开展，并于 6 月组织开展“中小企业服务月”活动。

据了解，“一起益企”中小企业服务行动将广泛宣贯各地区各部门惠企政策，运用大数据、云计算、人工智能等数字技术，基于企业画像精准推送涉企政策信息，推动出台更多普惠性针对性政策举措，及时帮助解决企业急难愁盼问题。同时，积极打造消费场景，推动中小企业拓展市场、融入大企业产业链供应链创新链。

此外，“一起益企”中小企业服务行动还将针对中小企业组织开展管理诊断、质量诊断、节能诊断、中试验证、检验检测和专精特新赋能等服务，开发推广适合中小企业特点的“小快轻准”数字化产品、服务和解决方案，搭建多渠道对接平台，助力中小企业人才引进和用工保障等。

“一起益企”中小企业服务行动要求，发展与帮扶并举，聚焦企业生产经营发展需求，加强部门协同、上下联动，发挥各级中小企业公共服务体系线下“一张网”和中国中小企业服务网上“一张网”作用，推动两网一体，组织各类服务资源、服务力量深入企业、园区、集群，推出内容丰富、形式多样的服务活动和针对性强、实效性好的服务举措，以服务助企为抓手，统筹推进政策惠企、环境活企、创新强企、人才兴企、法律护企，助力中小企业稳定预期、激发活力，推进高质量发展。(郝杰)

Company/ 公司

### 鄂尔多斯温暖基金会获评“4A 级”社会组织

2025 年 1 月，内蒙古自治区民政局公布了《内蒙古自治区 2024 年度自治区级社会组织评估结果公示》，鄂尔多斯集团“鄂尔多斯市东胜区温暖乡村牧区帮扶专项基金会”在本次评估中脱颖而出，荣获“4A 级社会组织”评级。

“鄂尔多斯市东胜区温暖乡村牧区帮扶专项基金会”（简称“基金会”）成立于 2022 年，是由内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司投入 1000 万元原始基金注册成立的非营利性公益慈善组织。为响应党和国家乡村振兴、绿色发展、共同富裕的号召而生，在通过项目带动、产业扶贫、定点帮扶、民生建设等多种形式积极引导、支持乡村基础设施建设和村嘎查集体经济建设的过程中不断成长完善。

基金会多次通过鄂尔多斯光彩事业基金会、内蒙古自治区光彩事业基金会等相关组织单位进行捐赠，并开展丰富多彩的公益项目。于 2024 年 1 月，获评“内蒙古自治区‘万企兴万村’行动典型项目基金会”。

作为基金会的发起单位，鄂尔多斯始终不忘“温暖全世界”的初心使命，在专注产业发展的同时积极投身公益、回馈社会，累计为社会公益事业捐赠超过 6 亿元。先后荣获“中华慈善突出贡献奖”“中国公民奖”“人民企业社会责任奖”“光彩事业发起实施 30 周年先进典型”等多项殊荣。

从助力乡村牧区发展到推动行业绿色转型，鄂尔多斯不断拓展着“温暖”的内涵与外延，努力为社会创造持久价值。未来，鄂尔多斯将继续秉承这一理念，逐步扩大帮扶范围，创新公益模式，携手各方力量进一步振兴美丽乡村，共建温暖世界。(周青)



2023 年 5 月基金会与内蒙古自治区光彩事业基金会签订 5000 万元捐赠协议。

## 纺织民营经济必将迎来高质量发展的“又一个春天”

本刊记者 郭春花

中共中央总书记、国家主席、中央军委主席习近平 2 月 17 日上午在京出席民营企业座谈会并发表重要讲话。他强调，党和国家对民营经济发展的基本方针政策，已经纳入中国特色社会主义制度体系，将一以贯之坚持和落实，不能变，也不会变。新时代新征程民营经济发展前景广阔、大有可为，广大民营企业和民营企业家大显身手正当其时。要统一思想、坚定信心，促进民营经济健康发展、高质量发展。希望广大民营企业和民营企业家胸怀报国志、一心谋发展、守法善经营、先富促共富，为推进中国式现代化作出新的更大的贡献。

习近平总书记的重要讲话，充分肯定民营经济发展取得的重大成就和为国家经济社会发展作出的重要贡献，强调要正确认识民营经济发展面临的机遇和挑战，对当前和今后一个时期促进民营经济健康发展、高质量发展作了全面部署。

这场民营企业座谈会释放了重要信号：新时代新征程民营经济发展前景广阔、大有可为，广大民营企业和民营企业家大显身手正当其时。要统一思想、坚定信心，促进民营经济健康发展、高质量发展。这给民营企业占绝大多数的纺织业带来了巨大的鼓舞，更为新征程吹响了春天的号角。

恒力集团董事长、总裁陈建华作为民营企业代表参加此次大会，现场聆听习近平总书记的重要讲话。他在会后表示，习近平总书记专门召开民营企业座谈会，是对民营企业的极大重视，我们深感荣幸，备受鼓舞。我们坚信，有总书记的关怀和勉励，中国民营经济必将迎来高质量发展的“又一个春天”。

陈建华认为，作为企业家，“家国情怀”和“实干精神”要始终恪守如一。“国家利益、国家需要、国家战略”是一切行动的出发点。特别是经济低迷的时候，企业更要冲在前面，要顶得上、靠得住，为国家、为行业多做贡献！多年来，恒力集团始终“听党话、跟党走”，贯彻落实习近平总书记重要指示和党中央决策部署，以最高标准、最严要求、最快速度建设世界一流企业，取得了突出成果。

传化集团董事长徐冠巨参加座谈会后，怀着激动的心情说：“习近平总书记一直关心我们民营企业，这次民营企业座谈会是在关键时期召开的关键会议，具有特别的历史意义，我们民营经济迎来又一个‘春天’。”

让徐冠巨感受深刻的是：“总书记与我们民营企业家人心与心交流。特别是，习近平总书记叮嘱我们，干一番事业要有情怀，勉励我们专心致志干事情，带着家国情怀把事业干好。过去我们在接受挑战的过程中已经有所收获，此时总书记的鼓励更让我们备受鼓舞。中国 AI 科技企业的突破，让我们非常自豪，为我们更加信心满怀地应对挑战又加了一把劲。”徐冠巨说，我们企业生长在中华文明土壤上，有一股韧劲、闯劲和不服输的精神，这在老一辈企业家身上得到体

现，在新一代企业家身上更加充分体现。

近年来，徐冠巨带领传化集团全面推进转型升级和高质量发展，因地制宜发展新质生产力，向着世界一流企业迈进。面向未来，徐冠巨满怀信心，他表示：“我们要以本次民营企业座谈会上习近平总书记的重要讲话精神为鼓舞，沿着总书记指引的中国式现代化道路，全面变革创新，积极拥抱 AI 时代，勇攀科技高峰。我们将在过去的基础上继续发展，为国家发展贡献新智慧与新力量，和广大民营企业一起创造民营经济新的辉煌。”

此外，在座谈会外，多位纺织企业家也表示深受鼓舞、备感振奋。他们纷纷表示，将牢牢锚定高质量发展的目标不放松，坚定迎接挑战，加快发展新质生产力；把企业发展同国家繁荣、民族复兴、人民幸福紧密结合起来，增强家国情怀、担当社会责任。

“在座谈会上我看到了站在人工智能时代风口的新生代浙商代表。这也释放出一个强烈的信号：科技创新就是当下经济发展的主旋律。”万事利集团董事长屠红燕表示。当前，万事利正不断提升自主创新能力，深入探索人工智能、云计算等数字技术与传统丝绸产业的深度融合，要让古老的丝绸产业成为融合文化、时尚、艺术与科技的新兴产业。

座谈会上，总书记勉励民营企业家长们，在困难和挑战中看到前途、看到光明、看到未来。这让红豆集团董事局主席周海江信心倍增，“红豆集团要正视困难、坚定信心，坚守实业、专精主业，抓住一切有利时机，利用一切有利条件，坚持干字当头，凝聚推动高质量发展的合力，以实绩实效为中国式现代化建设贡献更多‘红豆力量’。”去年，红豆集团第 2 代“红豆 0 感舒适衬衫”累计热销超 170 万件。这家坚守实业 68 年的企业，在柬埔寨打造“双子星”智造基地，跨境电商 GMV 翻番增长，始终未离“一根纱”的主航道。TA



展会搭建了一个高效对接和深入交流的平台。

## 2025 年春季中国纺织品服装贸易展(纽约)

# 多元活动促进中美贸易有效开展

■ 本刊记者 陶红

近日，2025 年春季中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨纽约 Texworld 服装服饰面料展（Texworld New York City）和纽约国际服装采购展（Apparel Sourcing New York City）在纽约贾维茨展览中心圆满收官。展会期间，不仅呈现出丰富多元的产品趋势，还通过系列精彩活动，为全球纺织服装行业搭建起高效交流与合作的平台，在行业发展进程中留下浓墨重彩的一笔。

本届展会由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会、法兰克福展览（北美）公司共同主办，总展览面积达到 18000 平方米，共吸引了来自中国、中国台湾、韩国、美国、土耳其等 18 个国家和地区近 300 家企业参展，展品涵盖面料及辅料、服装成衣及服饰等。

### 破浪出海，赢得发展主动权

根据中国海关统计，2024 年 1—11 月，我国累计对美出口纺织品服装约 464.1 亿美元，同比增长 7.7%，其中主要产品针梭织服装出口 285 亿美元，同比增长 7.1%，出口量同比增长 17%。尽管对美贸易形势日趋紧张，但美国市场对中国纺织服装的需求依然强劲。

本届纽约展面料产品中，功能性面料、针织面料以及绣花与蕾丝面料等附加值高、工艺复杂的产品依然是展会的亮点，这些产品占据了面料参展企业面积的一半以上。此外，功能性面料企业的参展比例显著上升。

纽约展服装产品也呈现出鲜明的品类趋势。外套及大衣、毛衣及针织衣物继续占据参展比例的前三名，与往年保持一致。此外，展商们在展品选择上更加注重季节性 with 市场需求，力求为消费者提供更加贴合潮流与需求的服饰产品。

值得一提的是，此次参展企业中，共有来自国内 16 个省份及地区的近 200 家企业。其中不少企业已连续参展超过 10 届，不仅彰显了其对展会的高度认可与信任，也再次印证了展会作为行业风向标的不凡地位与卓越价值。

### 多维拓展，释放产业新动能

本届展会通过一系列精彩多元活动，为参展商和观众搭建了一个高效对接和深入交流的平台。色彩及面料流行趋势区 Trend/Trend+ 持续点燃现场热度。趋势区作为纽约展标志性展示区，每年吸引众多观众到访，本届现场展示 2026 年春夏时尚的 3 大主题：妙趣横生、设计表达与柔和现代主义。“Trend+”数字展示模式，通过线上平台让展品突破时空限制，延长展示周期，全面提升企业产品的曝光度与宣传效果。同时，Trend+ 平台还提供当地寄样服务，为企业打通买家沟通的“最后一公里”，助力产品更快触达目标市场，全面提升宣传与销售转化效果。

Textile Talks 论坛深度探讨行业核心议题。纽约展现场 3 天为到场买家及展商带来 10 余场干货满满的权威论坛，涉及行业数据分析、贸易政策解读、时尚趋势发布、可持续发展的应用、人工智能与设计、未来纺织品供应链的机遇等多个行业专业议题，为到场观众及展商提供全方位、多维度的交流与学习机会，使参展商和买家不仅能达成商业合作，还能通过展会平台获取行业前沿的宝贵信息，从而在全球市场竞争中占据先机。

本届展会特别为参展商打造了一个高效的宣讲平台，成为展示产品与服务的绝佳窗口。共有 14 家中国参展企业踊跃报名参与，通过与买家面对面的深入交流，参展企业能够精准传递核心竞争力与产品价值。与此同时，他们还能直观了解买家的真实需求，收获宝贵的市场反馈，从而快速优化策略，抓住商业机遇，实现精准对接与合作共赢。

新增功能性面料及服饰专区丰富展会内涵。本届展会新增了 Made to Move 专区，聚焦功能性面料和运动服装。专区涵盖从尖端科技驱动的高性能材料到突破性的功能性设计，全面展现未来功能性时尚的趋势方向，为行业创新注入无限可能。本届展会共 25 家中国企业入选该区域进行展示，通过展示前沿产品和创新理念，为参展商和观众带来焕然一新的灵感与视角，推动功能性时尚迈向更高水平。

### 携手共进，解锁合作新机遇

自 2000 年举办以来，中国纺织品服装贸易展览会（纽约）不仅成功为中国企业开拓海外市场架起了一座可靠的桥梁，也促进了中美经贸关系的有效开展。

随着特朗普重返白宫再次就任美国总统，一场新的贸易风暴是否已在路上？对于中国的纺织外贸企业来说，此前美国推行的对华贸易强硬政策会不会卷土重来？面对高悬的关税压力，企业又该如何化解美国市场政策的不确定性，有效对冲风险？

挑战与机遇交织并存。纽约展作为全球纺织服装行业的专业盛会，汇聚了来自全球各地的纺织服装企业，聚集了最新的产品和技术，不同国家和地区的企业在此深入交流催生合作硕果。面对政策不确定性和市场需求变化，展会将凭借其多年的品牌影响力，助力企业精准洞察国际市场的微妙动态，在迈向国际舞台的征程中，步伐愈发稳健从容。TA

## 2025 年春季中国纺织品服装贸易展(巴黎)

# 展现供需两旺市场活力

■ 文瑞 / 文

在全球供应链不断重塑、企业对多元采购渠道需求日益增长的背景下，2025 年春季中国纺织品服装贸易展览会（巴黎）暨巴黎国际服装采购展（Texworld Apparel Sourcing Paris）（以下简称“巴黎展”）于 2 月 10—12 日在巴黎布尔歇展览中心举办。展会全面升级软硬件设施，为参展商和专业买家提供更加高效的服务体验。

本届展会规模稳步攀升，迎来 25 个国家和地区的 1200 余家参展商，展现供需两旺的市场活力。展会不仅在全球采购多样性上迈入新台阶，还强化原材料与成品的协同效应，为品牌和专业买家打造更高效的贸易对接平台。与此同时，本届巴黎展与 PV 展形成同城联动，共同构建欧洲顶级时尚采购格局，为国际品牌、制造商和采购商带来全新商机。

在为期三天的展会中，国际买家接触到全球顶级的纺织与服装市场平台，在全新升级的展览空间内，探索种类丰富、价格极具竞争力的优质产品。作为全球中档市场的核心采购盛会，展会聚集国际领先制造商和供应商，覆盖从面料到成衣的完整供应链。

### 适应市场需求，展现全球采购多元化

巴黎展已成为全球采购核心平台，占据成衣消费的主要市场份额，满足行业对高品质、高性价比产品的持续需求。在全球供应链日趋多样化的背景下，本届巴黎展为买家提供了多元采购选择。

本届巴黎展不仅汇聚了来自中国、土耳其、印度、韩国和巴基斯坦等全球主要目标采购国家的供应商，还吸引了来自马来西亚、新加坡、越南、英国、荷兰等东南亚及欧洲新兴供应区的优质供应商；还有来自埃塞俄比亚、卢旺达、埃及和贝宁的十余家非洲企业也于本次展会亮相。

全球供应链的多元化布局，为专业买家提供更广泛的采购选择，并助力企业优化供应链，以适应不断变化的市场需求。

### “Texpertise Econogy 计划”推动可持续时尚

作为推动负责任时尚的重要举措，展会主办方致力于支持符合纺织行业生态和社会标准的企业，并通过 Texpertise Econogy 计划，推动行业向更加环保、高效的模式转型，使可持续时尚成为行业核心驱动力。

本届巴黎展特别在 4 号馆入口处设立“Initiatives”倡议专区，该区域重点展示部分参展商提供的创新与可持续解决方案，并承办行业活动和趋势论坛，中国纺织信息中心的趋势论坛也在此为业内人士提供市场洞察。

此外，Texpertise Econogy Hub 也在此设立，展会主办方通过该平台展示其在纺织行业可持续发展方面的最新成果，致力于推动生态责任与经济发展相结合的创新实践。



此次展会彰显行业蓬勃生机。

### 行业论坛解读趋势，展望未来

为全面完善展会内容，本届巴黎展在 2 号馆 Agora 论坛区举办一系列专题会议与行业论坛，深入探讨市场趋势、商业模式及可持续发展。

本届展会论坛亮点满满。在未来时尚趋势解读环节，Texworld Apparel Sourcing Paris 的艺术总监 Louis Gérin，针对 2026 年春夏趋势手册《新纪元（Néocène）》展开深入剖析，带领大家探索塑造未来时尚的全新方向。而在制造商商业模式探讨板块，聚焦 Wellfabric-宝兰纺织（越南可持续纺织领域的先锋企业）以及 Arise IIP（非洲供应链平台），助力参会者深度洞悉它们的成功经验。此外，前瞻性圆桌讨论也备受瞩目，围绕快时尚、可持续生产与采购挑战等热点话题畅所欲言，同时研讨借助 Econogy Talks 推动生态转型的可行路径，全面分析创新与管理蕴含的未来机遇。

### 强化供应链协同，优化采购体验

本届展会期间，主办方结合买家需求，对展区进行全面优化，旨在提升采购效率，加强原材料与成品的协同作用，打造更精准、高效的商贸对接平台。4 号馆设立女装专区，涵盖“All about her”女装精选、刺绣 & 蕾丝（Embroidery & Lace）、丝感面料（Silky Aspect），帮助专业买家精准匹配优质供应商。

3 号馆聚焦户外、运动与休闲服饰，为品牌提供一站式采购平台，满足市场对高性能面料与时尚休闲服饰的需求。

2 号馆打造趋势灵感与行业交流中心，设有趋势论坛、产品展示区、Agora 会议及圆桌讨论区，并配备餐饮、休息及社交空间，为业内人士提供开放、便捷的交流环境。

展区优化不仅提升了采购体验，也加强了原材料与成品之间的供应链联动，为品牌和制造商提供更紧密的合作机会，助力行业迈向更高效、可持续发展模式。

此次展会凭借多元的采购选择、对可持续时尚的有力推动、精彩的行业论坛以及优化的展区设置，彰显行业蓬勃生机。它不仅为全球纺织服装行业搭建起高效的贸易桥梁，促进了各方的交流合作，更为行业在复杂多变的全球市场环境中指明了前行方向。展望未来，在此次展会的强劲助推下，纺织服装行业定能以创新为笔、可持续为墨，绘就更为绚丽的篇章。TA

## 两会“纺”新篇

# 地方两会聚焦产业升级，以新质生产力引领新发展

■ 本刊记者\_郭春花 夏小云

在 2025 年地方两会期间，各地代表委员纷纷围绕产业升级、新质生产力发展等议题建言献策。从广东的“岭南衣”到黑龙江的汉麻产业，从山东的传统产业提档升级到泉州的人工智能赋能制造业，代表委员们立足地方特色，探讨如何通过科技创新、政策支持和产业升级，推动传统制造业向高端化、智能化、绿色化方向发展。

广东省人大代表 张亮：

## 打造爆款“岭南衣”，推动纺织行业数字化变革

“我们建议，广东能够结合纺织服装等本省特色产业，更大力度推进提振消费专项行动，拉动市场消费和企业生产，打造爆款的‘岭南衣’。”广东省十四届人大三次会议期间，省人大代表、唯品会集团党委书记、副总裁张亮带来了关于“结合广东纺织服装产业优势，加大力度推进消费提振专项行动”的建议。

俗话说“广东粮、岭南衣”。作为本地经济稳增长的重要支撑，广东纺织和服装产业的基础之扎实、实力之雄厚，作为成长于本土的电商企业的代表，张亮对此深有体会。“升级‘岭南衣’是使命，更是机遇。”他提出，可以从出台专项提振消费政策支持、打造品牌穿透力、加速数字化转型等方面重点发力，形成一套“组合拳”。

此前，广东将现代轻工纺织产业集群纳入十大战略性支柱产业集群规划。“岭南衣”强在完善的集群与产业链，如何进一步推动做得靓、卖得好？“首先应建立专项促消费资金，将纺织和服装品类纳入地方补贴范围，将本地线上线下平台和龙头纺织服装企业作为扶持重点。”张亮建议，应当设立好补贴试点门槛，确保财政资金安全使用。其次，打造品牌穿透力，创新时尚消费场景，提升消费体验。比如鼓励线上线下融合，通过直播带货、跨境电商等，让好商品全方位触达消费者。也可以探索与头部影视剧组合作等方式，带动服装“出圈”销售。

“纺织服装虽然是传统产业，但一样可以通过转型升级成为新质生产力代表，一样可以进一步深挖市场潜力。”张亮提出，“应当大力支持纺织和服装企业培育发展新质生产力，实现数字化变革。通过企业上云、设备联网等方式推动生产效率提升，通过智能工厂、智慧车间的运用确保生产质量的把控严丝合缝，环保材料、绿色工艺贯穿生产全程。”

近年来，在扩内需政策的持续支持下，消费市场活力涌动，为经济的高质量发展注入了强劲动能。今年消费市场存在哪些新机遇？在张亮看来，今年有了更积极、明晰的政策支持，消费市场会继续向稳向新，线上消费也有望加速扩容升级。“对我所处的电商行业来说，就如同打开了一扇机遇之门。”张亮说道，“只有练好‘内功’，筑牢‘内核’，才能把握住市场机会，助力消费提质升级。”

今年广东省政府工作报告中也提到，大力推进“两重”建设和“两新”工作，内需潜力进一步释放。“在政府补贴的支持下，消费者以更实惠的价格购买到更加智能、环保的家电产品，并转化为生活品质的提升。”张亮表示，“今年以旧换新国家补贴跨年‘无缝衔接’，我们自然也要迅速行动，抢占市场先机，充分利用好政策的杠杆效应，为消费者带来更多更好的服务。”

聊城市政协委员 张博：

## 鼓励企业建设研发中心，增强核心竞争力

“今年的政府报告中提到加速产业转型升级，坚持在‘质’上提升，坚持在‘新’上突破。去年聊城市棉服火爆出圈，棉服产值突破 10 亿，同时也暴露出在品牌、研发等方面的短板，今年我带来了《进一步推动我市纺织服装企业高质量转型发展的建议》，建议政府出台精准政策，鼓励纺织服装企业进一步加大品牌和技术创新投入，在‘一链一院’基础上鼓励更多企业建立市级以上研发中心，开展纤维材料、服装设计等研究，提升产品附加值，增强企业核心竞争力。”聊城市政协委员、山东暖频道服饰有限公司总经理张博说。

纺织服装产业链是聊城市十二条主导产业链之一，据公开数据显示，2024 年前三季度，聊城市 134 家纺织服装规上企业实现营业收入 168.4 亿，同比增长 5.4%，其中棉纺产业占据较大部分。近几年，随着羽绒服、棉服、职业装等服装不断发展和调整，聊城及周边服装制造初具规模，尤其是棉服已经达到 10 亿元以上产值。但是，产业发展增速放缓，品牌力弱、市场竞争力低、产业分散等问题凸显，亟需聊城市纺织服装企业进一步转型升级。

作为纺织服装产业链链主企业，张博认为，应鼓励聊城市有条件的职业院校建立纺织服装相关专业，或者与企业进行定向培养，培育专业人才；针对行业特性，出台相关行业的人才政策，鼓励企业加大相关人才吸引力，尤其是建立北京服装学院、东华大学等知名专业院校人才的引进办法。

在品牌建设与市场拓展方面，要鼓励企业加大品牌建设投入，建议政府对于获得国家级、省级知名品牌给与奖励，甚至对于有潜力的品牌，国有平台可以给与一定的资金扶持或者入股，鼓励企业从策划、设计、推广等一些列方面，提升品牌形象和知名度；拓展国内和国际市场，出台相关政策引导企业参与国际和国内有影响力的服装时装周、行业展会，支持企业积极融入“一带一路”建设，建立海外销售渠道；引导企业创新营销，提高电商直播等市场占有率。积极推进产业整合及协同发展，加强协会引导作用，以协会带动链接，通过招引缺失的企业来完善产业链链条；以龙头企业为核心，加强上下游企业的合作与协同，鼓励企业开展产业链延伸和跨界融合，提升产品的核心竞争力和附加值。

山东省政协委员 陈亮：

## 支持传统产业提档升级

近日，山东省十四届人大三次会议和山东省政协十三届三次会议在济南召开，省政协委员、光威集团董事长陈亮，省政协委员、光威复材董事长卢钊钧参加会议。

陈亮今年提交了《关于支持传统产业提档升级、保就业民生》的建议。他表示，当前产业转型升级背景下，要重视传统产业对就业的吸纳作用，因地制宜培育传统产业的新质生产力，推动传统产业与新兴产业融合发展，完善发展职业教育和劳动者终身技能培训，以更好地解决“就业难”与“招工难”并存的结构矛盾。

今年的山东省政府工作报告中多次提及碳纤维等新材料的发展，卢钊钧在接受采访时表示：“我省碳纤维在全国具有先发优势，近年来又把碳纤维等新材料列为全省十强产业之一重点发展，在威海建设了碳纤维产业园区、建设源网荷储项目支持产业发展，我们作为全省‘链主’企业，将积极发挥自身技术优势，关注轨道交通、低空经济等新兴应用领域，助力我省碳纤维产业蓬勃发展。”

科技创新激发新动能，产业升级增创新优势。光威集团定牢记政府工作报告“在因地制宜发展新质生产力上下功夫、求实效”的要求，把科技创新摆到更加突出的位置，加快促进传统钓具产业转型升级、新兴碳纤维产业发展释放新动能，为实现中国式现代化山东篇章贡献力量。

黑龙江省政协委员 孙晓梅：

## 将汉麻产业纳入新质生产力

今年黑龙江省两会期间，省政协委员孙晓梅带来了一项关于将汉麻产业纳入新质生产力的提案。全球以汉麻（工业大麻）为原料开发的产品超过 2.7 万种，年销售额超过 100 亿美元，预计未来 5 年将达到 1000 亿美元以上，具有发展成万亿产业的潜力。中国作为全球最大的汉麻种植国，种植面积约占全世界的 50%。黑龙江省在汉麻品种认定、种植面积、纤维产量及出口量方面均居全国首位。孙晓梅委员指出，发展汉麻产业可以带动相关产业的发展，创造就业机会，促进地方经济增长。汉麻在医疗、食品、建材、纺织等多个领域都有广泛应用。此外，汉麻作为一种可持续的再生生物资源，是替代棉花的最佳选择，对减少对传统资源的依赖、降低环境压力具有重要意义。

孙晓梅的提案强调了科技创新在汉麻产业发展中的重要性，建议加强政策引导、推动科技创新、培育市场主体、加强品牌建设、完善产业链条、建立产业联盟，并培植汉麻时尚文化。孙晓梅建议在哈尔滨市或黑河市举办“首届中国汉麻文化时尚节”，以塑造汉麻文化时尚之都的城市形象，并通过各种媒体进行宣传。孙晓梅表示，将黑龙江省汉麻产业纳入新质生产力具有重要的意义和潜力。通过加强政策引导、推动科技创新、培育市场主体等措施，可以促进汉麻产业的健康发展，为黑龙江省经济发展做出贡献。

温州市人大代表 尤飞锋：

## 大力推进绿色、数智转型

温州市十四届人大五次会议期间，市人大代表、华峰集团董事长尤飞锋积极履行职责，针对温州企业发展新质生产力提出诸多建设性意见。

尤飞锋对今年的温州市政府工作报告给予高度认可，他指出报告精准切中企业发展的关键需求。若各项工作措施能够全面且有效地落实推进，这无疑将极大地增强企业在“十四五”末冲刺千亿营收的信心，有力助推温州实现“双万”城市目标。

尤飞锋强调，创新是培育新质生产力的核心。他提议构建以企业为主体，产学研用紧密结合的创新体系，建设无区域研究院和高水平科技创新平台，完善政策环境。特别是鼓励建设中试基地与试验验证平台，这对打造科技园区和产业集聚开发区意义重大。

谈及绿色低碳转型，尤飞锋以华峰的发展为例。在温州瑞安各级党委政府支持下，华峰加速产业布局调整，推动产业向绿色可再生材料方向转型，生物基 PPT 项目快速投产并取得良好效益。基于此，他建议政府出台更具力度的优惠政策，推动传统产业绿色升级。

尤飞锋还指出，数智转型是企业保持竞争力的必由之路。当前，温州数智化技术应用广泛、转型模式多样，但也存在科技能力不强、人才短缺、产业链整体数智化水平不高等问题。因此，他建议搭建数智化转型服务平台，帮助企业制定科学合理的数智化转型规划，降低转型探索成本。同时，加强产业链协同发展规划与引导，鼓励产业链“链主”企业发挥引领示范作用，整合政府和企业资源，推动 AI 数据训练和应用。此外，尤飞锋还在建议案中提出通过设立专项资金等措施，提升产业工人数字与专业能力，提高劳动者收入，并提议政府制定品牌创新扶持政策，推动企业品牌高端化建设。

泉州市人大代表 许志华：

## 加快推动人工智能赋能各行业发展

在 2025 年地方两会上，泉州市人大代表、匹克（中国）有限公司总经理许志华表示，泉州是制造业大市，加快推动人工智能产业发展，全面推进人工智能赋能各行业各环节，是实现制造业转型升级，打造经济发展新引擎的重要路径。

去年，泉州正式出台《泉州市人工智能产业发展行动方案（2024—2026 年）》和《泉州市支持人工智能产业发展的若干措施》，从建设人工智能基础要素供给体系、培育人工智能优秀应用场景和重点产品、建设人工智能创新载体等方面，提出了真金白银的扶持奖励政策。最高奖励达到 1000 万元。

身为企业家，许志华对于泉州对企业科技创新的扶持充满期待。他希望，未来企业在购买算力服务、优秀应用场景、关键技术攻关、人工智能产品应用、建设人工智能实验室等方面获得奖补。

许志华呼吁，政府能有效推动大院大所与区域产业、企业之间的合作，充分发挥大院大所和企业各自优势，加强应用技术赋能创新创业，助力园区标准化建设，全方位推动产学研协同创新。通过强化政策引导和支持、推动产学研深度融合、加强人才培养和引进、推进数字化智能化改造、促进绿色低碳发展、优化产业组织方式以及拓展国际市场和合作，推动传统产业向高端化、智能化、绿色化方向发展。[14]



会议探讨了纺织行业激活内需、引领消费的着力点和任务方向。

# 守正创新， 构筑纺织多元内需新繁荣

## 中纺圆桌第十九届年会在北京举行

■ 本刊记者\_耿聃

2025年2月18日，中纺圆桌第十九届年会在北京举行。本届年会由中国纺织工业联合会主办，北京时尚控股有限责任公司、中复神鹰碳纤维股份有限公司协办，主题为“守正创新，构筑纺织多元内需新繁荣”。会议以解读新一年宏观经济形势和中央经济工作会议有关部署为基础，深入剖析我国内需市场发展特点与消费升级趋势，探讨纺织行业激活内需、引领消费的着力点和任务方向，以内需为支点推动纺织现代化产业体系建设取得新成效。

本次年会邀请了工业和信息化部消费品工业司副司长郑艳、纺织处相关负责人以及商务部市场体系建设司有关处室负责人到场参加。主办方中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，副会长徐迎新、端小平、阎岩，协办单位北京时尚控股有限责任公司党委书记、董事长顾伟达，中复神鹰碳纤维股份有限公司董事、总经理刘芳等出席年会。中国纺联各部门、专业协会、成员单位负责人以及来自纺织企业、纺织服装高等院校、科研机构 and 新闻媒体的代表共150人参会。年会由中国纺联副会长端小平主持。

### 为纺织行业扩内需指出方向

郑艳在致辞中为纺织行业扩内需指出方向。她表示，近年来，外部形势复杂多变，对纺织行业稳中向好发展提出挑战，内需市场具有更强的稳定性和可持续性，是纺织行业应对外部不确定性和增强抗风险能力的重要依托。2025年，纺织行业稳外贸压力较大，但在我国围绕全面扩大内需实施的一揽子增量政策显著落地、居民收入基础巩固、消费热点涌现等积极因素支撑下，纺织服装内销规模有望实现增长。纺织行业应坚持创新主线，通过生产制造创新推动降本增效，以材料和产品创新激活消费场景，推动营销模式创新

提升消费体验。要协同推进纺织行业转型升级与内需增长，坚持从新技术、新模式、新内涵、新理念着手，全面推动产业升级和内需增长。下一步，纺织行业要围绕规划引领、标准先行、创新突破、品牌培优、文化赋能等关键领域，形成行业合力，推进行业转型升级，提振国内纺织服装市场消费需求，为国民经济的发展做出更大贡献！

### 全力构建产业交流合作平台

顾伟达在致辞中表示，北京时尚控股有限责任公司作为中纺圆桌年会的协办方和重要参与者、受益者，始终与中国纺联通力合作，致力于汇集政府部门、行业企业、科研机构等各方智慧，研判纺织行业发展态势，为推动行业深化转型升级、实现创新发展搭建交流合作平台。北京时尚控股公司立足时尚文化产业发展定位，深耕北京时装周品牌影响力扩散，推进产业用纺织品市场拓展和信息服务产业跃升等业务领域提升，将各方积极因素转化为发展实绩。2025年，公司将继续聚焦时尚产业高质量发展主线，将品牌运营核心与创新驱动、文化引领、绿色发展深度融合，不断增强企业核心功能与核心竞争力，全力以赴助力北京国际消费中心城市、全国文化中心和北京时尚之城建设。

刘芳在致辞中表示，中复神鹰公司是长期深耕于碳纤维与复合材料的技术创新与市场应用的国家级高新技术企业，是国家科学技术进步一等奖获得者，多年来不断实现技术突破及材料应用拓展，较好满足了航空航天、压力容器、轨道交通等国防工业及高性能民用领域对关键原材料的需求。此次协办中纺圆桌年会是中复神鹰公司深度参与纺织行业协同创新与配套合作，为新一年行业发展传递



与会嘉宾合影。

智慧与观点的宝贵契机。中复神鹰公司将立足高端化、规模化、绿色化战略定位，为更好地服务纺织行业和国家重点领域发展做出更大贡献。

### 立足内需体系，构筑纺织现代化产业体系

孙瑞哲以“构筑纺织现代化产业体系的强大内需动力系统”为题发表主旨报告。他指出，2024年是纺织行业的改革之年、新质之年。面对复杂外部环境，纺织行业坚持稳中求进，积极发挥国家系列存量增量政策效能，通过创新引领、数实融合、文化赋能、低碳转型、全球化发展深入推动转型升级，行业发展预期持续改善，纺织现代化产业体系建设迈出坚实步伐。纺织行业进入“大而全”向“强而韧”跃迁，由“要素驱动”向“创新驱动”转换动能，由“被动适应”向“主动塑造”升级模式的高质量发展新阶段，但当前，外部环境变化带来的不利影响加深，风险隐患仍然较多。扩大内需是长久之策、战略之举，立足内需体系，构筑具有完整性、先进性、安全性的纺织现代化产业体系，是对错综复杂国际环境变化的战略举措，是发挥我国超大规模经济体优势的内在要求和适应国家发展阶段变化的自然选择。

2025年是“十五五”规划的谋划之年，纺织行业要将认识和行动统一到中央经济工作会议部署上，把国家实施扩大内需战略与深化行业供给侧改革有机结合，重点做好五方面重点工作：一是联动国内与全球，充分发挥消费对经济发展的基础性作用、投资对优化供给结构的关键作用，以优质供给创造有效需求；以国内循环带动国际合作，推动外贸一体化，打造高水平供需适配系统。二是提升质量与效率，推动制造体系高端化、智能化、绿色化升级，完善跨界融合、协同创新的产业应用生态，提升文化赋能的时尚策源能力，打造行业价值升级系统。三是平衡安全与发展，聚焦保障产业生态稳定巩固制造基础，防范化解经贸风险、投资风险、新技术新模式带来的创新叠加风险，做好应对新风险挑战的准备，打造坚实的风险防控系统。四是统筹当前与长远，系统推进科技、教育、人才一体发展，以市场为导向加速创新成果应用转化，打造创新动力系统。五是聚焦产业特色与发展优势，因地制宜优化产业区域布局，增强纺织行业集聚集约发展优势，打造产业空间协同系统。

**扩大内需是长久之策、战略之举，  
立足内需体系，构筑具有完整性、先进性、  
安全性的纺织现代化产业体系，  
是对错综复杂国际环境变化的战略举措。**



### 把握时机为高质量发展提供支撑

中国宏观经济研究院经济研究所副所长郭丽岩以“2025年我国宏观经济形势分析与展望”为题进行主题演讲。她认为，2024年我国宏观经济运行态势总体平稳、稳中有进，呈现“生产持续回升、消费潜能释放、有效投资扩大、外需展现韧性、企业及居民收入改善”等特点，特别是国家统筹财政、货币、产业、民生各领域一揽子增量政策的出台和系统落实，为促进国民经济社会结构优化、质效向好，推动国家“十四五”规划扎实收官提供有力支撑。2025年，我国宏观经济运行面临的不确定不稳定因素仍然较多，要用好用足世界经济恢复发展、新兴产业动能效应释放等积极因素和有利条件，贯彻落实好全方位扩大国内需求、以科技创新引领新质生产力发展、稳外贸稳外资、防范化解重点领域风险、全面绿色转型等任务，统筹兼顾短期平稳运行与中长期高质量发展、总量跃升与结构优化、新旧动能接续转换，为实现“十五五”良好开局打牢基础。

国务院发展研究中心市场经济研究所原所长王微以“转向消费驱动 让消费创新成为高质量发展的强大内生动力”为主题，深入解读了现阶段我国扩大内需消费的重要意义、趋势特点及着力点。党的二十届三中全会对加快培育完整内需体系做出了全面部署，以提振消费为重点扩大内需，既是短期稳经济任务，更是中长期高质量发展的要求。当前，我国宏观经济总量不断迈上新台阶，居民可支配收入稳步提升，中等收入群体规模不断扩大，人口年龄及家庭结构变化、城镇化水平提升、数字技术赋能、绿色发展理念等结构性因素以及场景塑造、业态模式变革等创新动力多样，纺织服装消费规模增长和结构升级的潜力仍然巨大。但短期内居民消费意愿及信心不足、疫后消费外流速度加快、产需间的结构性矛盾等制约因素仍然存在。纺织行业要把握我国经济发展、制度完善、政策创新有利时机，着力挖掘首发经济等热点空间，为新阶段促进内需市场扩容提质找准方向，为高质量发展提供强大内生动力。

长江商学院客座教授赵英明以“零售变化的本质”为主题发表演讲。他围绕“人”“货”“场”三个维度，生动阐述了零售业经历消费场景从空间到时间拓展、消费者从物质满足到精神跃升、货品从有到无到好坏的变革历程，提出在日新月异消费需求和场景变化下，传递信息、建立信任和提高效率成为零售变化的本质所在。近年来，纺织服装服饰行业竞争更趋激烈，敏锐捕捉和有力把握零售端变革趋势，实现销售驱动、价格驱动、研发驱动协同发力，是数字时代纺织服装企业适时调整发展战略，更好满足消费者多样化、持续升级需求的源动力。

在观点分享环节，中国纺织经济研究中心主任华珊、中国纺联产业部主任刘欣、中国纺联国贸办主任赵明霞以“2025年纺织行业面临的内需市场形势与扩内需着力点”为主题，就2025年行业经济运行走势、纺织行业扩内需的基础与潜力点、打造健康纺织产业新标签的突破方向等广受关注的行业热点分享观点。 



会议全面部署 2025 年轻纺城市场转型升级各项任务。

# 鼓干劲、明方向、启新程！

## 2025 中国轻纺城干部大会召开

■ 本刊记者\_王利 / 文 王利 王耀祖 / 摄

万里征程风正劲，千帆竞发向未来。新春启航，中国轻纺城呈现一派开局即冲刺的热闹景象，经营户们忙生产、赶订单，争分夺秒、干劲十足，采购商们找新品、看趋势，纷至沓来、热情满满。踏着春天的步伐，中国轻纺城作为柯桥区经济高质量发展的主阵地、主平台，正以昂扬姿态开启新征程。

为贯彻落实柯桥区干部大会精神，凝聚大抓落实的共识共为，近日，绍兴市柯桥区中国轻纺城建设管理委员会召开了中国轻纺城干部大会。会议总结 2024 年委系统工作，全面部署 2025 年轻纺城市场转型升级各项任务，表彰先进集体和个人，围绕奋力打造现代化“国际纺都”、全面建设“五大中心”的工作目标，动员委系统干部职工以扎实的工作作风凝聚奋进新征程的强大力量。

柯桥区委常委、中国轻纺城党工委书记袁笑文出席会议并作重要讲话。中国轻纺城党工委书记、建管委主任孙伟刚作工作部署。中国轻纺城党工委书记、建管委副主任朱伟锋主持会议并宣读表彰决定。会议旨在明确方向、扛起使命，鼓励全体干部职工勇于开拓、勇争一流、勇立潮头，全力实现“开门红”，奋力开创新辉煌。

### ▶ 2024 干了啥？

#### 交出高质量发展靓丽答卷

2024 年是实施“十四五”规划的关键一年，也是全面建设现代化“国际纺都”“五大中心”的攻坚之年，更是收获满满的一年。数据显示，2024 年中国轻纺城实现总成交额 4009.87 亿元，同比增长 11.09%；新注册市场主体 3561 家，净增 906 家，其中新注册企业 1732 家，净增 910 家；联托货运量 842.99 万吨，增长 4.75%；市场采购贸易出口额 47.72 亿美元，增长 10.98%。

成功举办第七届世界布商大会、首次引进 2024 年中国纺织大会，“丝路柯桥·布满全球”行动组织开展走进天门、青岛、重庆、郑州、乌兹别克斯坦等 13 场海内外产业对接会，“天天时尚”计划全年共举办品牌发布会、时尚设计展、时尚论坛、时尚沙龙等时尚创意活动 106 场，成为国内首个与米兰时装周官方主办单位合作的城市……这一年，中国轻纺城坚持整体发力，有力推动协同联动发展；坚持开放合作，深度融入全球产业体系；坚持迭代进化，不断增强市场发展动能；坚持创新驱动，有效提升时尚创意产业。

成绩的背后，中国轻纺城一步一个坚实的脚印，镌刻着纺城政企同心、不懈奋斗的痕迹，记录着市场创新跃升、不断转型的缩影。会议充分肯定过去一年各项工作取得的新进展新成效，并对先进集体、先进个人进行了表彰。

### ▶ 2025 怎么干？

#### 奋进“国际纺都”建设新征程

今年是“十四五”收官之年，也是柯桥高质量发展建设共同富裕和中国式现代化县域样板的奋进之年，中国轻纺城如何抢抓机遇、乘势而上？孙伟刚在工作部署中提出，确保 2025 年轻纺城总成交额增长 10% 以上，总额达到 4400 亿元以上。重点在四个聚焦上下功夫：

**聚焦“统筹协调”，充分激活发展动力。**加力推进协同发展，围绕《奋力打造现代化“国际纺都”全面建设“五大中心”的决定》，确保各项目标任务顺利推进；科学谋划发展蓝图，结合“十五五”规划编制，深入开展调查研究，围绕纺织产业高端化升级、前沿技术产业化落地等领域，制定轻纺城发展前瞻性方略；全面凝聚发展合力，聚焦产业平台化、集约化、生态化变革方向，积极推动市场与产业、科创联动发展，加快推动数字化管理、柔性化生产、个性化定制、网络化协同等先进模式，完善相关政策，全力营造更加开放包容的创新环境。

**聚焦“对外开放”，着力拓展贸易空间。**高标准承办第八届世界布商大会，坚持全球视野、全球布局，进一步整合纺博会、时尚周资源，加强与国际知名企业、时尚机构、科研院校对接，致力打造对外开放“柯桥样板”；大力拓展“丝路柯桥·布满全球”活动，在全球时尚中心、纺织大国和重点市场搭建集办事组织、



推介中心、营销机构等三大功能于一体的海外站，为纺织企业和市场经营户“走出去”提供更多便利；不断创新市场采购贸易方式，积极探索“市场采购+海外仓”“市场采购+卡航”“市场采购+全球拼”等模式，努力释放更多政策红利。

**聚焦“功能优化”，不断提升市场能级。**迭代升级市场设施，全力推进设计师小镇迁建，尽快启动纺织博物馆项目建设；加快发展新兴业态，在市场区域设立更多直播电商、时尚创意等区域，更好地为市场经营户提供电商运营、研发设计等服务；不断优化管理机制，全力打造规范有序、安全稳定的市场环境。

**聚焦“创新引领”，全面构建时尚生态。**办精办好柯桥时尚周，坚持柯桥时尚周品牌化、国际化发展，深挖更多本土资源，继续联动意、法等国外设计师，导流明星、KOL 资源；深化与米兰时装周官方合作，打响“柯桥日”活动品牌，努力让“柯桥面料”走向世界、引领潮流；提升时尚创意话语权，持续开展“天天时尚”系列活动，出台时尚产业专项政策，利用好抖音、小红书等社交媒体，构建多元化、立体化的时尚传播体系；提档升级时尚平台，积极推动中意未来时尚创新中心、国际设计师品牌中心等平台建设；加快引育设计人才，扎实推进“经纬计划”，积极举办各类设计大赛；大力实施品牌战略，制定“柯桥优选”品牌综合指标体系，持续扩大“柯桥优选”品牌影响力。



## 认清形势、明确路径、压实责任

新征程，新希望，新未来。新的一年，如何推动各目标任务顺利推进、落地见效？如何推动中国轻纺城与时俱进、再创新高？袁笑文围绕形势、路径和责任三个方面，对中国轻纺城下一步发展提出要求和殷切希望。

一是认清形势。要准确把握当前严峻的国内外产业形势，思考在“外需不稳、内需不振”的情况下，中国轻纺城应该怎么做，企业应该怎么做，立足实际推动中国轻纺城高质量发展；要认清当前中国轻纺城的市场形势，居安思危、提前谋划，汲取义乌乌小商品市场为代表的专业市场在出口、政策、物流等方面的优势和成功经验；要理清平台形势，各部门发挥各自优势，凝心聚力共同打造优质服务平台。

二是明确路径。抓住时尚引领、科技赋能、研发创新、资源集成四大路径，不断提升柯桥纺织行业的时尚引领力和产品的科技含量，发挥纺织企业和经营户的主体责任，鼓励研发创新，并通过世界布商大会系列活动、柯桥国际纺博会、柯桥时尚周等活动集成资源，让柯桥纺织企业接触更多国际前沿资讯，办好家门口的“培训”和家门口的“展会”。

三是压实责任。一个岗位就是一份责任，中国轻纺城市场的兴衰决定委系统各单位和个人的兴衰，每个人都要树立使命感、荣誉感和责任感，以实干争先的优良作风不用扬鞭自奋蹄，以敢拼敢干敢作为的精神状态推动中国轻纺城实现新跨越。



# 一纸一笔一画一件衣， 为柯桥纺织服装添色彩

访绍兴市柯桥区百思服装设计工作室总经理夏天

■ 本刊记者\_王利 文/摄

从曾经的“有布不成衣”，到如今的“一布成衣”，随着柯桥时尚创意产业的发展，一大批本土服装品牌如雨后春笋般异军突起，逐渐引领时尚领域新潮流。在这华丽蜕变的过程中，设计师们的加持无疑发挥了至关重要的作用。绍兴市柯桥区百思服装设计工作室总经理夏天作为深耕柯桥纺织十余年的面料、服装资深设计师，对提升柯桥面料附加值、打造本土服装品牌，做出了积极的探索和努力。



夏天(中)与员工探讨服装制作细节。

当《纺织服装周刊》记者走进位于创意大厦的设计工作室，夏天正在工作室的制衣间一丝不苟地向团队交代着从设计、打版到裁剪、制作等细节，力求将创意设计以最完美的方案转化为精美服饰。正是这份对设计的热爱与专注让他在自己的职业道路上一步一个脚印，先后创立了百思设计工作室、“百客”时尚智能化工厂、“纸笔画”自主原创设计师品牌，用只做原创的设计理念，携手柯桥诸多纺织企业创新前行，形成独具特色的品牌优势。

## 坚持原创设计，为面料与品牌两端赋能

在夏天看来，只有原创才是未来，而服装的原创设计首先是从面料源头设计开始的，一块好的面料往往能收到较好的“双语教学”效果。因此，夏天不仅是一名资深的服装设计师，更是优秀的面料设计师。

2009年，受柯桥雄厚的纺织产业基础吸引，夏天从上海来到柯桥，进入一家柯桥领军面料企业担任设计师，将面料设计与服装设计相结合，形成与众不同的设计风格；2011年，成立绍兴市柯桥区百思服装设计工作室，致力于以原创设计为柯桥面料和服装品牌赋能；2012年成立绍兴市柯桥区百客服饰研发有限公司，致力于打造生产供应链的时尚智能化工厂战略；2015年成立浙江纸笔画服饰设计有限公司，致力于打造服装自主品牌，传递原创设计理念与美好生活方式。

“面料是服装设计的基础，就如同建筑的基石，支撑着整个设计的架构和形态。服装设计师不仅要对市场需求有敏锐感知，更要对面料趋势有着精准的把控力。我们服装生产所需的面料几乎全部来自柯桥当地企业，在服装设计初始就与面料企业进行沟通，合作开展面料研发，从纤维、纱线的选择，到面料的肌理、色彩、花型、克重、弹力，再到打版、剪裁、成衣

制作，每个环节都精益求精，希望为消费者提供更加愉悦、舒适、健康的穿着体验。”夏天说道。

多年来，百思设计工作室以原创设计为纽带，一端连着柯桥面料企业，一端连着全国众多知名服装品牌，通过面料设计为柯桥面料企业注入创新活力，依托柯桥丰富的面料资源，为服装品牌打造 ODM 供应链服务体系，并成立自主设计师品牌，推动柯桥面料从幕后走向台前，拓宽销售渠道，深挖国内市场，畅通产业链循环。

## 打造四季品牌，从单品类到全品类升级

在夏天看来，如果百思时尚设计工作室是孵化母亲，百客生产工厂是承担产品品质的父亲，那么“纸笔画”品牌就是双方精心孕育的孩子，也是公司接下来重点培育的方向。曾经，百思设计工作室以单一羽绒服设计、生产、销售为主，在羽绒服领域拥有较高的影响力；如今，在羽绒服单品类基础上，向着时尚裤子、鲨鱼时尚打底衫、都市夹克、优雅风衣等全品类升级，全力塑造“纸笔画”四季品牌，在盘活存量的同时，做优增量，发掘新的增长潜力。

针对 2025 年市场需求，“纸笔画”品牌面向 25—55 岁的女性，将持续推出主打舒适、自然的“轻从然”系列；面向都市女性的“轻从尚”系列；主打简约、优雅的“轻从勤”系列，让每一季的核心产品做到原创与生活结合。据夏天介绍，今年 1 月，公司在杭州的销售中心组织了一场产品订货会，进一步打响了“纸笔画”这一自主设计师四季品牌。

从成立初 6 名设计师到近 20 名设计师，从单一羽绒服品类到四季全品类，从 ODM 供应链服务到自主品牌，在夏天的带领下，百思设计工作室在探索中不断创新、沉淀，不仅与元无纺织、万亨纺织、布佳衣等众多柯桥企业达成合作，也给深圳、杭州、上海等地的诸多品牌提供设计创意和成衣输出，为柯桥面料与各大品牌搭建起双向奔赴的桥梁。

一纸一笔一画一件衣，开启了夏天在纺织服装领域的设计之旅，“纸笔画”自主品牌承载着夏天的初心与梦想。面向未来，夏天表示，原创设计是一生的事业和坚持，将积极发力研发和设计、品牌和渠道“微笑曲线”两端，希望用“纸笔画”为柯桥纺织添色彩，用更好的产品为人们的生活添色彩。☑



## Focus / 聚焦

# “白娘子”春晚“战袍” 出自柯桥“经纬大师”之手

作为春节申遗成功后的首届春晚，蛇年春晚节目亮点满满，非遗与科技的结合，让东方美学焕发时代光彩。其中，小品《借伞》给观众留下了深刻印象，赵雅芝身着“琼蕊芳兰”鱼尾礼服亮相，引发集体“回忆杀”。值得一提的是，这款礼服由柯桥“经纬大师”孙瑶设计，其独特的创意和精湛的工艺，尽显“白娘子”的优雅与魅力。

微幽兰之芳蕙兮，步踟蹰于山隅，上山采琼蕊，穹谷饶芳兰。这件礼服以曹植所写的《洛神赋》作为灵感，结合经典的白蛇形象，用蛇纹珠片刺绣展现洛神赋系列独创的幽兰花；幽兰作为前片最大面积的装饰图案，用了藏蓝色做渐变法式刺绣；前襟选择双边双圆襟，更显稳重与雅致；袖子的设计选择薄透的网纱，为了凸显纤细的手臂特意在网纱上做了放射线条的钻条刺绣……这款礼服每一个设计点都是匠心满满，将中国传统元素与现代时尚完美融合，孙瑶将其取名为“琼蕊芳兰”。

据了解，孙瑶是一名 80 后服装设计师，拥有自己的独立品牌——“NANCY”孙“SUNYAO 孙瑶”，致力于积极推动“新中式轻奢



礼服”应用场景生活化。2021 年，孙瑶成功入选为柯桥区创意设计“经纬计划”（第四批）高端设计人才，正式入驻柯桥并创立绍兴市艺笙服装服饰有限公司。自入驻柯桥以来，孙瑶不断深化与柯桥纺织企业的合作，通过其设计创意优势为柯桥面料注入了时尚新动能，而柯桥丰富的面料资源也让孙瑶的设计拥有更多可能性。

近年来，NANCY 孙品牌不仅多次登陆中国国际时装周，还获得许多明星艺人青睐。2024 年，NANCY 孙携 2024 秋冬系列“洛神赋·邂逅”和 2025 春夏系列“洛神赋·期冀”先后亮相中国国际时装周，打造出独属于东方特有的诗意与浪漫，成功被评为“国风影响力品牌”。在 2024 年的《新白娘子传奇》30 周年演唱会等活动中，赵雅芝穿了其中 9 套礼服亮相，面料均来自大树纺织、佰森纺织等柯桥纺织企业。

孙瑶表示，接下来将继续深耕柯桥这块福地，希望通过柯桥面料的多元化赋予 NANCY 孙品牌更多的内涵，让承载着中国元素的“新中式轻奢礼服”携手柯桥面料走向更广阔的舞台。(王利)

## 共享全球商机，柯桥窗帘展蓄势待发

作为中国窗帘布艺行业的风向标盛会，第十五届绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会即将于 2 月 27 日至 3 月 2 日在绍兴国际会展中心启幕。本届展会以“打造地标品牌，铸造柯桥窗帘”为核心主题，全面展现柯桥作为全球纺织产销基地的“源头优势”，为采购商提供从设计到成品的“一站式”采购体验。

据悉，本届展会展览面积为 3 万平方米，预设 1300 余个国际标准展位。展品覆盖窗帘窗纱、智能家居、成品帘、墙布墙饰、遮阳系列、机械软件、跨境电商、整体软装等全产业链品类。展会创新引入“全球跨境电商家居纺织品生态展”，以“双展联动”模式推动窗帘布艺产业内外贸协同升级。届时将吸引欧美、东南亚、中东、日韩等来自全球多个国家及地区的电商平台及采购商，聚焦跨境选品、外商直采及供应链整合，为参展企业拓展海外市场提供有力支持。

此外，本届展会还将同期举办以“窗帘布艺市场趋势与渠道拓展”为主题的论坛活动，邀请行业专家、著名窗帘品牌代表以及新兴渠道合作伙伴深入分析国内外市场最新趋势，探讨设计研发与渠道创新的结合路径，为行业从业者提供宝贵的市场洞察和策略建议。

自 2017 年首届展会成功举办以来，柯桥窗帘展凭借其专业性和影响力，迅速晋升为国家级展览会，并荣获国际展览联盟(UFI)专业认证。本届展会的举办，将汇聚全球产业链资源，通过多元化的产品展示、前沿趋势分享及跨境合作平台搭建，持续助力窗帘及家居软装行业迈向高质量发展新阶段。(边吉洁)

## 中国流行面料大赛揭榜， 柯桥近 50 家企业产品入选

近日，“2025 中国国际面料设计大赛暨第 53 届（2026 春夏）中国流行面料入围评审”获奖名单揭晓。近 50 家柯桥本土优质企业在本次评审中大放异彩，荣获单项奖或优秀奖，涵盖男装、女装、运动、休闲、牛仔面料等众多领域。

大赛共收到来自 510 余家企业的 4200 余款面料，最终 995 款优质面料脱颖而出。据了解，绍兴柯桥利泰衬衫有限公司的“迎时”“繁花”、绍兴高进花型设计有限公司的“梦笔生花”、绍兴叁六纺织品有限公司“素缕轻烟”“墨韵织缕”“棕影绮格”等面料纷纷上榜。其中，绍兴晶远创意设计股份有限公司参选的仿醋酸刺绣面料荣获大赛优秀奖，该面料以仿醋酸面料为底布，使用了刺绣工艺，通过盛开的花朵枝叶和蝴蝶进行巧妙搭配，尽显时尚优雅。

柯桥纺织企业通过精准捕捉消费趋势与前沿技术结合点，持续推出兼具市场价值和科技含量的创新面料，在大赛中展现了面料设计的更多可能。近年来，柯桥聚焦“创新引领”，深化产学研协同创新，大力引进时尚创意人才，积极组织品牌发布会、时尚设计展、时尚论坛、行业交流会等创意活动，构建起覆盖上下游全链条创新体系，为提升时尚创意产业注入强大活力。(王耀祖)

## 会长新年谈

中国纺织机械协会会长 顾平：

## 纺机行业发展“稳”字当头、“实”字打底

■ 本刊记者\_墨影



顾平

“尽管行业持续承压，2024年中国纺机行业依然实现了平稳运行，营业收入、利润实现较高速增长，行业出口呈回暖态势。”中国纺织机械协会会长顾平表示，面对全球纺织服装产业链重构、国内外市场需求不足、贸易环境不确定性上升等多重挑战叠加，过去一年颠覆了太多原有逻辑，但纺织行业创新效能提升热情不减，内生动力更加强劲，纺织现代化产业体系建设取得了积极进展，纺机行业高质量发展的基本盘也依然坚固，为纺织行业新质生产力的塑造提供了有力支撑。

## 丰富创新维度

数据显示，2024年1—11月，870家规模以上纺机企业实现营业收入1056.99亿元，同比增长8.72%；利润总额78.52亿元，同比增长19.04%。2024年1—11月，行业进出口总额为63.49亿美元，同比减少7.50%，其中，出口42.04亿美元，同比增长1.96%。

在顾平看来，中国纺机业良好市场表现的背后是持续的创新赋能。

“2024国际纺织机械展上诸多首发首展产品集中展现了纺机企业的创新思维与行动。从持续延展的工序间物流和信息流的融合，到环锭细纱机突破25000r/min的纺纱速度，以及锭数可达2400锭以上的超长设备诞生，再到短流程纺纱装备技术的新突破；织机对新材料和新技术的适应性不断增强，产业化应用进一步加深；针织机械三大机型技术日趋成熟，深度参与下游客户工艺创新；在节能降耗、提升效率的主题下，染整装备所呈现出的更多亮点；化纤和非织造布机械发力绿色化、差异化、智能化方面的成果等等，均呈现出了行业的创新力。

此外，2024年40多个通过中国纺联科技成果鉴定的项目以及众多荣获2024年度中国纺织工业联合会科学技术奖的获奖项目，也在更大程度上反映了行业深耕产品技术及协同创新的状态，彰显出了行业塑造新动能、新优势、开辟新领域、新赛道的潜力与实力。

在科技浪潮之下，纺机企业正以更广阔的视角链动创新，盘活上下游资源，延伸广度、拓展深度、协同创新，在推动整个创新范式变革的同时，夯实产业发展的基石。

## 深挖市场潜力

“虽然全球经济发展增速放缓，并叠加了一些外部因素使得需求偏弱，但中国的经济增速仍处在全球领先的位置上。在当前的全球贸易构架中，亚洲是增长最大的地区，这其中东南亚以及中国的表现非常突出。”顾平提到，纺机企业需要兼顾国内、外两个市场的产业链和价值链变化，从而更好抓住新业态、新模式、新动能下的新机会。

从国内市场来看，在多学科交叉、多技术渗透、多领域融合的科技发展趋势下，中国纺织业的智能化转型持续推进，正处在技术轨道变迁和产业质态跃升的关键阶段。高性能纤维、高端产业用纺织品等市场需求不断增长，节能环保、资源循环利用等正带来新的设备需求增量。无论是量的增长还是质的提升，

中国作为全球纺织的“大本营”，仍然值得行业企业充分重视，且需要同步实现自身专业化、差异化竞争力的塑造。“这也是目前很多国外知名纺机企业持续加大在中国的布局的原因。”顾平说。

同时，随着全球贸易格局的变化，“不出海就出局”正深入人心，无论是贸易风险的规避，还是对低成本生产要素的追逐，海外市场的拓展已经成为大势所趋。“如今，中国纺机在技术、品质、产能、效率等方面也具备相当强的竞争力。目前我国纺机出口约四分之三都在‘一带一路’沿线国家和地区，这也是企业走出去需要重点关注的市场。”顾平表示，“现在中国纺机企业出口业务平均占比约为20%，部分企业达到50%，但欧洲、日本等国家和地区的企业出口占比大都超80%，这其中产业结构的问题，但也侧面反映出中国纺机出海的空间非常大。”顾平提到，“成为真正的全球化企业，并非拿到出口订单这么简单，需要企业结合自身条件，加快外向体系建设，坚持长期主义，重视品牌价值。借此，中国纺机出口在未来将能展现出更好的状态。”

## 持续深入调整

“2025年依旧是纺机产业调整的关键之年。”顾平表示在外部环境及产业转型的叠变之下，市场的底层逻辑正在重塑，中低速发展之下，企业如何调整自身节奏适应变局，培育新质生产力变得尤为重要。

顾平提到，新的一年企业要根据自身实际情况明晰定位，紧跟国家政策导向，关注人工智能、社会责任等重要方向，在细分领域强化差异化竞争优势；顺应“万物智能”趋势，积极运用AI、数字孪生等前沿技术，加速推进企业自身生产及产品、服务智能化发展；重视产学研用产业链协同创新，构建可持续发展生态圈；在夯实国内市场基础上，持续良性拓展国际市场，树立中国纺机品牌价值观。

中国纺机协会将继续发挥服务行业和企业发展的重要平台作用，助力行业、企业适应并融入新发展格局之中。2025年是纺织“十四五”收官之年，中国纺机协会将做好这五年的总结与收官工作，系统梳理各重大工程执行进展，同时针对各种变化，展开行业“十五五”预研工作，为纺机产业健康发展做好顶层设计。

顾平表示，新的一年“纺织行业智能制造标准试验验证公共服务平台”将继续发挥作用，为行业企业智能化改造提供标准化指引，争取出现更多典型案例及解决方案。

在强化国内企业上下游交流的同时，助力中国纺机企业“走出去”依然是纺机协会的重点工作，2025年纺机协会将继续组织企业赴新加坡、印尼、孟加拉国、越南等国家和地区参展，加大统筹资源，组织与海外客户的技术交流对接。据了解，2025年新加坡纺机展中国纺机企业报名踊跃，展出面积已经大幅增加了15%。

“尽管2025年仍然存在诸多不确定性，但‘悲观者正确，乐观者前行’，在与企业的交流中我们感受到了更多成熟理性，他们会做好从心态到技术的充足准备，以更稳健、更积极的方式迎接挑战。”行稳致远，进而有为。顾平相信，中国纺机业的未来定是向好的，中国纺机业在全球的地位也必将在历练中不断夯实。TA

中国纺织工业联合会流通分会会长 徐建华：

## 培育新质生产力 构建流通新生态

■ 本刊记者\_吕杨



徐建华

纺织服装专业市场是连接“千家万户小生产”和“千变万化大市场”的重要组织形式，是产业流通平台和价值实现平台，是产业链衔接、供应链协同、价值链创造不可或缺的组成部分，也是商品集散地和信息集散地、品牌孵化器和“双创”孵化器。专业市场以“极大丰富性、极度原创力、极速快反应和极致质价比”的核心竞争力成为纺织服装的重要流通渠道。日前，《纺织服装周刊》专访了中国纺织工业联合会流通分会会长徐建华，深入了解行业发展现状及未来发展方向。

## 2024年总量规模整体稳定，实现平稳收官

2024年，我国纺织服装专业市场面临有效需求不稳定、流通业态竞争加剧、消费需求快速变化等复杂局面，积极转变市场运营理念，持续推动优化升级和融合创新，保障了总量规模的整体稳定，实现了平稳收官。

2024年我国万平方米以上纺织服装专业市场862家，同比增长0.23%；市场总成交额2.36万亿元，同比增长0.45%；其中，东部地区521家，成交额同比增长1.58%；中部地区188家市场成交额同比下降5.42%；西部地区153家市场成交额同比下降6.32%。2024年专业市场管理者景气指数全年平均值为51.84，商户景气指数全年平均值为50.72，活跃度较高，整体处于扩张区间。

徐建华表示，流通分会重点监测的44家市场商圈总成交额为1.72万亿元，占据了全国纺织服装专业市场70%以上的市场份额，并实现了6.79%的增长，对行业总量起到了巨大的拉动作用，说明专业市场两极分化现象更加明显。

## 市场进入深度调整期

四十多年来，专业市场一直在转型升级创新发展。从发展历程和建筑形态来看，专业市场历经初步形成(路边摊)、逐步发展(大棚式)、全面建设(楼宇式)、高速扩张(商厦式)和转型升级(综合体)等五个发展阶段；从定位和功能来看，历经了“批发市场、专业市场和供应链平台市场”等三个发展阶段。

立足当下，面向未来，我国纺织服装流通领域正处于“产业洗牌、产业升级和产业升级”同向发力和“新技术应用、新模式融合和新动能培育”同频共振的崭新发展阶段；“全面解放人和精准满足人”是流通创新升级的方向目标，意味着更安全更舒适的场地环境、更时尚更高品质的商品供给、更便捷更智慧的科技应用以及更优质更人性化的服务体验。

徐建华认为，专业市场前20年的发展靠的是市场需求拉动，后20年靠的是集群供给推动；未来，专业市场将面临着更大挑战，全面进入“三端叠加共振”的深度调整阶段，表现为供给端更加丰富化、多样化和智能化，需求端日益个性化、碎片化和分层化，渠道端逐渐扁平化、线上化和融合化，专业市场的发展将依靠融合创新驱动，并向集约化、专业化、智慧化、品牌化、绿色化和国际化等“六化”方向发展。

## 大力发展新质生产力

中国纺联明确提出，纺织服装行业的重点是促进行业高质量发展，建

设现代化产业体系，发展新质生产力，将纺织强国建设推向新高度。

专业市场发展新质生产力，核心重点是通过思维理念、体制机制、模式业态和管理服务创新，推动专业市场向供应链平台市场进化，最终打造内容平台、场景平台和供应链平台相融合、消费互联网和产业互联网相链接的生态系统。思维理念创新是要推动市场开办主体和管理团队从商业地产投资商、物业管理者向产业运营服务商转变，商户企业从经营商品向经营消费者转变；体制机制创新是要立足打造商圈发展共同体、资源协作共同体和环境责任共同体的目标，构建政府引导、市场主导、全员参与、协同推进的体制机制；模式业态创新是要各商圈、各市场积极应用互联网、人工智能等新一代信息技术，发展平台经济、品牌总部、发布经济、直播经济、社群营销、网络展会、线上线下融合、显性零售隐形批发、内外贸一体化以及共享物流、共享仓储等商业新模式，建设原创优品选品中心、买手集合店、品牌首店、品牌IP联名店、个性定制体验店、海外商品集合店等新业态，探索直播探店、数智互动体验店、快闪店、艺术展陈和市集、主题美食季、智能导购等新玩法，打造步行街区、文旅融合街区、网红打卡区、互动DIY体验区等线下体验新场景；管理服务创新是要积极引进专业化的市场管理团队和各类公共服务机构，培育中小商户走“专、精、特、新”发展道路。

徐建华特别强调，中小商户、中小企业是专业市场的核心宝贵资源，是时尚供应链的组织者和引领者，商户企业要通过产品力、服务力、渠道力、科技力、文化力和人才力等“六力”模型构建新质生产力。产品力主要从产品品质、设计感、价格、面料创新等多个层面来体现；服务力包括专业服务力和创新服务力，是品牌、档口、门店的必修课，是新质生产力的重要一环；渠道力包括品牌、企业、商户对渠道网点的布局覆盖能力、价格体系、分销能力、管控能力、动销能力、门店货架视觉以及标准化IP执行能力等方面；科技力一方面体现在新材料、新工艺特别是智能化、功能性纤维面料的广泛应用，另一方面重点体现在现代信息技术的应用导致流通商业模式和生产组织方式的进化；文化力总结起来就是人本文化，把员工当人，把顾客当人，把消费者当人，是商业文化力的必然趋势；人才力是要打造新型劳动者队伍，包括职业经理人、新型店长、试衣模特、穿衣顾问、店播主播、直播场控、电商及跨境运营、渠道管理等专门化人才队伍。

## 充分发挥流通力量，全面服务流通领域

2024年以来，中国纺联流通分会紧紧围绕建设纺织现代化产业体系的总目标总要求，搭建了共商共议、研究规划、会展对接、电商新经济、创新交流、品牌孵化、赛事培训及宣传推广等工作平台，全面服务纺织服装流通领域的发展。

新的一年，流通分会还将继续倡导、着力推进专业市场主体创新、市场焕新、城市更新和产业革新“四新”行动计划，围绕“稳规模、调结构、提水平”行业目标以及会员基础服务、研究咨询服务、会展对接服务、电商新经济服务、品牌供应链服务以及渠道创新服务等重点方向，以数智时尚万里行、中纺流通大讲堂、纺织之光流通专项基金为主要抓手开展工作，为流通现代化体系建设和践行新商业文明贡献绵薄之力，最终构建起线上线下融合化、供应链协同化和内外贸一体化的产业流通新生态。TA

广东省服装服饰行业协会执行会长、广州红棉国际时装城总经理 卜晓强：

## 引领服装流通“新质、新尚、新能”

本刊记者\_罗欣桐



卜晓强

新质生产力和全国统一大市场是中国式现代化建设中经济高质量发展的两大抓手。处于“深度调整转型期”的国内纺织服装专业市场，正在积极探索新业态、新模式，加速发展新质生产力。荣获国家工信部“全国纺织服装创意设计示范园区（平台）”等多项荣誉的广州红棉国际时装城（下称：红棉），十多年来始终坚持“时尚化、品牌化、国际化、数智化”发展，引领传统专业市场向原创设计品牌“孵化器”和全产业链覆盖的时尚生态港模式升级。

2025年，红棉迈进第四个“五年发展”深水区。广东省服装服饰行业协会执行会长、广州红棉国际时装城总经理卜晓强接受本刊采访，总结了时装城近年取得的创新成果和成功经验，分享对市场及行业下一阶段高质量发展的展望和规划。

卜晓强表示，过去一年，红棉的经营情况实现了恢复性增长，整体表现超过预期。进入2025年，红棉将在稳规模、调结构、提质效的发展基调上，加强与同属红棉集团旗下的广州中大门、广州市诚大时装广场的良性互动，夯实“三位一体”的时尚产业发展格局，形成强劲的时代合力。

### 创新策展式运营

#### ——带动市场焕新、场景更新、品牌创新

随着市场环境和消费者理念的转变，批发与零售逐渐融合，新一代消费主力对兴趣、颜值和潮流的追求，不断刺激着品牌和市场的自发升级。卜晓强表示，坚持引领行业先潮的红棉，在硬件购物场景和运营服务上两手抓，带动市场焕新、场景更新、品牌创新，在行业发展中始终保持竞争力。

**第一，坚持“一年一改造，三年一升级”。**2024年红棉不仅顺利通过了ISO质量管理体系的年度监督审核，又对时装城进行了硬件改造、环境优化和场景升级，将5—8层楼中庭打造为可供买家休息、互动体验的多功能时尚区域；带动商户店铺形象“千店千面”提档升级，紧跟国际潮流的陈列设计，营造充满潮流活力的商贾氛围。

**第二，实现“季季有主题、月月有活动、周周有场景”。**公区定期更换“新皮肤”，打造不同主题的打卡点和艺术装置；一年两届红棉国际时装周，订货季、采购节等活动全年无休。作为越秀区流花商圈龙头市场，积极参与越秀区重要时尚商贸活动。比如，参与举办2024中国流花国际服装节，把“时尚流花”推荐给海内外消费者；参与中国国际消费中心城市精品消费月延续活动“广州环球消费季 PRO MARKET”，并登榜“湾区必逛市场”，展现商贸活力、带动特色消费。

**第三，托举原创，强塑“红棉系”设计师品牌矩阵。**近年来，红棉根据集团发展定位和策略，重点培育原创设计师品牌，对场内商户进行梳理优化，逐步形成了“原创设计能力强、供应链能力强、品牌运营能力强”的品牌矩阵。现有商户1000多家，设计师品牌约600个，30%以上设计师拥有海外留学背景。卜晓强表示，不少商户出于对红棉集团经营理念、运营能力的认可和信任，在集团旗下广州中大门、广州市诚大时装城多点布局，开设品牌总部、设计师工作室等。

**第四，打一手漂亮“国际牌”，助力中国品牌开拓“深海”。**红棉早在多年前就开始布局海外市场，是米兰时装周、PITTI UOMO男装展等国际时尚系统的长期合作伙伴。2024年，疫情后首度再出海，红棉旗下HIVE SHOWROOM携中国服装设计师品牌SELAH、YOUWEI、JUNLI亮相巴黎时装周和米兰时装周官方展会，并携手意大利殿堂级买手店10 Corso Como开快闪店，让中国服装设计师品牌深度试水国际市场。此外，卜晓强又赴韩考察现代百货首尔，就时尚商业模式创新深度交流，受到韩国时尚行业、新闻媒体界等高度重视，韩国权威行业媒体多次报道，又实地到访广州中大门考察学习，推动中韩时尚合作向产业链各个环节深化延伸。

### 创新数智时装周

#### ——为品牌造势赋能，加速数实融合发展

卜晓强表示，作为唯一一个城市时装周被列入国家商务部“棉纺消费季”重点活动，红棉国际时装周自2023年开始，加速向数智化时装周进阶，聚焦互联网背景下的时尚商贸升级路径，为商户造势赋能，引领行业变革。

比如，2024年6月、11月圆满落幕的第十二届、第十三届红棉国际时装周，共举行了100+场品牌走秀、品牌订货会、电商选品会、热点趋势×优选面料会、面料×艺术家联名展、潮流快闪等活动，吸引了2000+服装品牌、500+面料供应商、5000+服装设计师、1000+服装主播及时尚达人参与。

数智化的“威力”直观反映在数据上。时装周期间，时装城5—9层超过500+家服装品牌商户同步开启新赛季新品订货，吸引10000+来自全国各地的代理商、采购商、买家前来选品、采购、订货、商贸对接；时装周组委会又组织场内商户面向C端消费者参与推出促销活动，全面提振消费。据红棉场内某经营男装潮牌的商户反馈，时装周期间前来订货的买家更为精准，预约到场率达到90%。此外，品牌在时装周期间也得到定制化的推广服务，如电商平台和社交平台的流量扶持等。

卜晓强表示，一方面，红棉以内容和服务为抓手，让数智化时装周从概念落到实处；另一方面，又积极对接、导入高端行业资源和数智化资源。比如，与中国纺联流通分会共建中大门时尚港产业数智化平台；携手中国纺联流通分会、中国服装设计师协会、中国纺织工业企业管理协会等行业机构举办一系列专业化、高水平的论坛、会议等；携手抖音、小红书、阿里巴巴等平台，举办直播电商、出海电商等培训讲座。

面对低迷的经济和偏冷的预期，2025年我们应该如何破局？——“破局就是打破自己、不断超越”，卜晓强说，“只有下不了的决心，没有干不成的事。”

创新让一切皆有可能。展望2025年行业发展走向，卜晓强分析，越来越多消费者将走出家门，重新感受线下世界。服装企业要把握趋势，不断创新产品和时尚场景，让消费者走出家门、融入线下、链接品牌。

年复一年，年赴一年。时兴的“向新而行”理念，红棉已实实在在进行了十多年。“‘十四五’收官之年，红棉将把发展新质生产力落到实处、落到细处，在场景化、平台化、国际化发展方面持续创新，在行业高质量发展的路上做好标杆示范”，卜晓强说，“只要行业上下心往一处想，劲往一处使，抓住每一个机会，就能在发展中不断增强自信、凝聚力量，在未来的路上走得更加稳健。” **TA**



# 2025

第十五届  
绍兴柯桥

打造地标品牌  
铸造柯桥窗帘

# 中国轻纺城窗帘布艺展览会

2025 THE 15th Shaoxing Keqiao  
China Textile City Curtain Fabric Exhibition

开展  
时间

## 2025-02-27—03-02

展会  
地点

## 绍兴国际会展中心

Shaoxing International Convention & Exhibition Center

EXHIBITION DATE:  
FEB.27-MAR.2, 2025

EXHIBITION VENUE:  
Shaoxing International Convention and Exhibition Center

展品包含窗帘窗纱、窗饰、遮阳系列、智能家居、成品帘、辅料、墙纸墙布墙饰、机械及软件、地毯、沙发布、床上用品、配套包装及设计、整体家居软装等涵盖整个产业链。



相约柯桥·不见不散  
MEET IN KEQIAO, BE THERE OR BE SQUARE

广州中大门执行总经理 杨志雄：

## 数智化引领，赋能时尚产业蝶变升级

本刊记者\_罗欣桐



杨志雄

2024年是中大门坚持创新、不断突破之年——市场变商场、作坊进工坊、展贸一体化、设计引潮流、数智赋新能……一系列突破性进展、标志性成果获政府和行业关注，中大门的“创新”标签不断被证明和深刻。

广州的吸金力，动辄就是“千亿级”。2023年以来，广州市海珠区落实“百千万工程”，产业发展是重中之重。广州中大门作为标杆示范和重要抓手，以一系列创新“组合拳”，全力破解传统批发市场转型升级产业痛点，以点带面推动传统服装产业实现转型升级。在规划引领、典型示范方面，中大门围绕“创新”做文章，先对上下游产业进行延链补链强链来“打好地基”，再以设计引潮流、多业态融合发展来“植树造林”，利用国际化接轨和数智化赋能实现“开花结果”，为享誉全球的“中大速度”加入新时代的产业内涵。

近日，广州中大门执行总经理杨志雄接受采访，总结了近年中大门完成升级改造后取得的创新效果，并分享了在高质量发展时尚产业方面的成功经验。

### 设计引潮流：让原创服装品牌赢在起跑线上

服装板块的引入，率先为中大门一系列变革创举奠定基调。中大纺织商圈是全球最大的面辅料市场，但一直缺乏原创设计和服装品牌。为打破行业发展困局、延伸中大商圈产业链，中大门创新打造 T11 服装设计师品牌中心，不仅一举打破海珠区中大商圈“有面料，无服装”的局面，又充分发挥位于全球最大最全纺织服装产业源头的产业优势，创新“前店后厂”服装企业总部模式，一站式提供设计版房、展贸、集中订货专业服务，让原创服装品牌真正赢在起跑线上，成为服装设计师创办品牌和实现品牌进阶的首选之地。

杨志雄表示，T11 服装设计师品牌中心现已聚集近 300 个原创设计师服装品牌，包括中国十佳时装设计师 13 名，广东十佳设计师 60 多名。此外，丛时 SHOWROOM、广州指南针原创设计师联盟等创新型订展展贸平台，也已把设计总部、展厅、供应链中心落户中大门。

### 展贸一体化：赋能中国设计做大“全球生意”

中大门这个“大平台”持续集势蓄能，不仅聚集了一批优秀的服装设计师，也吸引来更多创新型服装展贸平台的加入。比如，定位全球中高端女装供应链中心的丛时 SHOWROOM，进驻中大门两年来已经积累超过一万个服装商户赋能供应链，带动销售额过亿。

聚焦快时尚的广州指南针原创设计师联盟，2024 年联动首批 50 多家快时尚设计师品牌进驻中大门，通过一站式高效对接中大纺织商圈强大的供应链资源，帮助中小型企业 and 设计师品牌降本增效、开拓销售渠道。

此外，依托红棉集团十多年积累的国际高端时尚资源优势，中大门又通过时装周、展会、品牌出海等形式，助力中国设计师服装品牌创造更大的商业价值。被列入国家商务部“棉纺消费季”重点项目、每年举办两届

并成功持续举办十三届的红棉国际时装周，每季联动 1000+ 面料供应商、2000+ 服装品牌、5000+ 服装设计师、10000+ 服装主播及时尚达人参与，助力企业抓住销售旺季、打开销售，加速行业复苏。

2024 年 2 月和 8 月，T11 服装设计师品牌中心又组织和支持 SELAH、YOUWEI、JUNLI 等中国设计师品牌亮相巴黎时装周和米兰时装周官方展会，并在意大利殿堂级买手店 10 Corso Como 开设闪店，让中国服装设计师品牌深度接轨海外市场。

### 数智赋新能：新赛道上跑出中大“加速度”

快时尚和快反能力是广州服装的强项，享誉国际的“中大速度”正是源于产业链各个环节的完整和靠拢。

快反的源头就是版房。杨志雄介绍，中大门的中央版房设有优质设计制作工作室、制版机构、数智化制版服务商等，致力打造柔性、高效的供应链协作平台。现已进驻 500 多户，同时引入了致景科技、设界智能制造、凌迪 Style 3D、博克制版等整合服务商，并连接 2000 多个周边的面辅料工厂，形成产业上下游的数据流通，有效提升产业整合力。

在大数据和数智化资源的加速推动下，更快、更强的供应链能力，极大满足了快时尚“小单快反”的需求。除了柔性供应链，中大门深度聚焦互联网背景下的时尚商贸升级，积极帮助设计师品牌开拓线上渠道和跨境电商。

早在 2023 年 11 月，中大门携手中国纺联流通分会共建中大门时尚港产业数智化平台，为项目的数智化升级蝶变打开格局。在此基础上，积极携手全国产业集群、头部电商平台、领先的数智化企业等资源，举办行业大会、高峰论坛、产业对接会等活动，并进行在地化的深度合作，推动中国时尚产业变革和新质生产力发展，不断整合和链接数智化资源与全产业链资源。中大门现已进驻超 50 家电商企业，经营面积达到 2 万平方米。

### 市场变商场：广州首创“时尚产业潮流社区”

中大门还另辟蹊径探索出一条融入青年社交消费圈的新路子，不仅释出近 5 万平方米的场地把“市场变商场”，还“精修”成新一代“非标”商业街区，向中大纺织商圈乃至整个广州的年轻时尚社群“打开”，开创业界先河。

杨志雄介绍，城市之丘 THE HILLS 是中大门创新时尚产业与生活美学商业街区融合发展的潮流社区。在结构上，不仅打破了原有封闭式专业市场墙壁，摒弃封闭式商业空间与单一闭合环线标准商业动线；探索式动线又赋予商业公共空间趣味性与可塑性，创造出别具一格的消费新场景。业态方面，涵盖时下年轻人热衷的时尚、音乐、户外、运动和流行餐饮，是现时广州唯一一个以生活美学和青年文化为基础，集合时尚品牌、livehouse、涂鸦文化、室内外运动场景和夜生活业态的生活美学街区。

时尚、艺术、生活方式、餐饮等共融在一个街区，不仅满足当下年轻人追求新鲜、个性的消费需求，更为这片传统商贸之地披上潮流新衣，吸引多元消费者。随着新晋精品咖啡茶饮、Mao Livehouse 等顶流演出场所，ANNAKIKI 等潮流策展零售等悉数进场，广州下一个潮流目的地即将在中大门诞生。

至此，两次升级蜕变后的中大门，引领纺织服装行业向时尚产业高质量发展，带动“爆改”后的中大纺织商圈“颜值”全面提升，实现了生产端到消费端的价值闭环，真正打造了一个植根广州、面向全球的国际级时尚产业项目，为行业“向新提质”打造出独树一帜的标杆示范。TA

# 户外功能面料



OUTDOOR  
FUNCTIONAL  
FABRIC  
ZONE

## 二月巨献

东升路  
市场

B区3楼

WOVEN  
FOR  
OUTDOOR  
DREAMS



【招商】 0575-84091002  
【热线】 15215990881

# 波司登与香港大学战略合作，深化 ESG 创新实践

■ 陈墨 / 文

近日，波司登国际控股有限公司与香港大学赛马会环球企业可持续发展研究所签署战略合作协议，双方将以 ESG 创新实践为引领，深化产学研联动，共同推动纺织服装行业的绿色低碳转型，打造全球可持续发展新典范，在可持续发展领域引起广泛关注。

## 合力推动 ESG 创新

香港大学赛马会环球企业可持续发展研究所是香港大学与赛马会之间的战略合作项目，致力于建立一个全球一流的环境、社会和治理（ESG）最佳实践中心，服务于香港、亚洲及更远的地区。逾五十位全球跨学科顶尖学者、专家汇聚于此，合力深耕 ESG 研究、教育与知识交流，以推动区域乃至全球的 ESG 实践发展。

波司登是全球知名的羽绒服品牌企业，始终坚持长期主义和社会价值创造，践行可持续发展战略，连续 29 年中国市场销量领先，产品畅销全球，在 ESG 实践征程中蹄疾步稳、成绩卓著，更荣入选标普全球（SPGI）《可持续发展年鉴（中国版）2024》。

在此次战略合作签约仪式上，波司登创始人、波司登国际控股有限公司董事局主席兼总裁高德康表示，中国纺织服装行业是全球绿色发展的重要参与者、贡献者、推进者。波司登作为行业领军品牌，积极履行示范引领责任，以双碳目标为牵引，将可持续发展理念纳入企业长远发展蓝图，加快推进绿色低碳转型，最大限度减少产品全生命周期内对环境和社会的负面影响，并将可持续发展的理念向价值链延伸，促进整个时尚行业共创可持续美好未来。

同时，高德康还着重强调了人才培养的重要性。他表示，波司登期望能与香港大学在可持续发展人才方面强化协同，通过产教深度融合联动，共同培养未来引领可持续发展、绿色经济的尖端人才和青年力量。波司登将积极为香港大学的学生提供实习、就业等机会，共同打造拥有全球视野和前沿知识的可持续领域精英人才。ESG 不仅可以助力中国品牌提升国际形象和竞争力，也是中国企业融入全球市场的重要途径。

作为环境与发展经济学领域的杰出学者，何国俊教授及其团队在循环经济、可持续发展等方面的研究成果斐然。何国俊在签约仪式上表示，他对与波司登的合作充满期待。他坚信，通过结合香港大学的教育、科技、人才汇聚优势，依托其团队的专业深耕优势，以及波司登的产业资源沉淀和创新活力优势，双方定能开展长期、深度合作，共同推动可持续发展目标的实现。

当下，面临气候变化这一全球性难题，可持续发展已是全球共识，践行企业环境、社会与公司治理（ESG）成为企业丰富内涵和价值提升的重要引擎。双方将聚焦企业低碳路径规划、绿色低碳供应链搭建、绿色零售模式创新等前沿课题展开攻关，这不仅有助于波司登打造更为完善的可持续发展生态体系，助推波司登“可持续时尚”愿景加速落地，同时也将



强强联手，深化产学研联动。

产业相关零碳场景的深度研究注入强劲动能，驱动行业绿色创新阔步前行。

## 构筑品牌可持续时尚

2024 年 11 月 12 日，波司登在第 29 届联合国气候变化大会（COP29）“中国角”举办的共建绿色“一带一路”的全球企业暨首届亚布力可持续发展年会上，积极响应全球气候治理号召，发布了“1+3+X” ESG 战略框架及管治架构，确立了“以消费者为导向，引领可持续时尚”的 ESG 战略愿景，设定了“2038 年前实现运营环节净零排放”的碳目标。波司登正逐步将可持续发展理念融入企业经营全过程和更多的利益相关方，构筑品牌可持续时尚能力和开放创新生态。

近年来，波司登持续研发、推广使用新型环保面料，如极地极寒系列产品使用的世纪之布 GORE-TEX，这种环保科技面料轻盈、纤薄而强韧，具备耐用性能，且不含 PFC（全氟化合物），通过更轻的材料质量与新型材料组合，有效减少了碳足迹。同时，通过优化生产流程、提升能源使用效率等措施，实现了节能减排的目标。

此外，波司登还踊跃投身行业共同行动，应对全球气候变化、协同创新、能源治理。公司加入联合国全球契约组织（UNGC），以及中国纺织工业联合会发起的“时尚气候创新 30·60 碳中和加速计划”，携手中国羽绒工业协会发布《迈向净零排放：羽绒服行业高质量低碳转型路径研究》报告。并积极响应共建“一带一路”倡议，将品牌和业务以及可持续时尚理念向“一带一路”沿线众多国家和地区延伸，助力共建“一带一路”绿色发展。

波司登与香港大学的战略合作，巩固了波司登在 ESG 创新实践方面的领先地位，也将为纺织服装行业绿色转型提供新的思路和借鉴。双方将充分发挥各自的优势，共同探索 ESG 创新实践，促进纺织服装行业绿色转型，为推进人与自然和谐共生的中国式现代化、为推动世界可持续发展贡献中国智慧与全球担当。TA

# Red Copper 童装加速布局，拓宽品牌版图

■ 本刊记者\_万晗

在竞争激烈的本土童装市场，Red Copper 童装品牌凭借多年稳扎稳打的发展，已占据一席之地，品牌影响力不容小觑。然而，面对广阔的市场空间，Red Copper 童装并未满足于现有成绩。2025 年，该品牌将开启全新发展之路，进一步拓展市场份额，提升品牌影响力。

在市场竞争中，渠道拓展是品牌提升市场份额的关键。Red Copper 童装品牌负责人表示，2025 年，品牌将不满足于现有渠道成果，除了继续挖掘现有渠道潜力、提升运营质量外，还将目光投向省外核心商业项目。这意味着 Red Copper 童装将走出区域局限，在更具潜力的市场中崭露头角。此外，该品牌还将开放客户加盟业务体系，整合各方资源，加速市场渗透，完善多渠道布局，吸引更多创业者参与品牌发展，共享成长红利。

在产品领域，Red Copper 童装将围绕拓展产品系列线进行创新调整，以契合不断变化的消费需求和市场环境。品牌将基于对市场趋势和消费者心理的深度剖析，精准把握市场动态，进一步丰富产品矩阵，满足消费者的个性化需求。

Red Copper 童装计划增加自有 IP 系列，这是其产品设计创新的一大亮点。品牌将精心打造的 IP 形象巧妙融入童装设计中，从服装图案、色彩搭配到细节装饰，全方位展现 IP 的独



Red Copper 童装将不断丰富产品矩阵。

特魅力。例如，选取 IP 形象中最具代表性的元素，以生动有趣的方式呈现在服装上，运用鲜明活泼或柔和温馨的色彩组合，营造独特的视觉效果，并在纽扣、拉链、领口、袖口等细节处融入 IP 元素，使服装充满故事性与趣味性。这种全方位的 IP 融入方式，不仅增加了产品的趣味性和吸引力，还提升了品牌辨识度。

亲子系列同样是 Red Copper 童装的重点发展方向。Red Copper 充分考虑到亲子互动的重要性，致力于打造适合亲子共同穿着的服装款式。在设计中，该品牌不仅注重亲子装的

默契与亲密感，还针对成人与儿童身形特点的差异进行个性化设计。在保证舒适度的前提下，根据成人和儿童不同的身材比例、活动需求，对服装的版型、尺寸进行精细调整，使亲子装既有时尚感，又能满足实际穿着需求。

随着品牌版图不断扩大，如何平衡线上线下销售渠道成为关键课题。Red Copper 童装计划针对线上渠道推出更具潮流感、紧跟热点的款式，满足线上客户对时尚的高敏感度；而线下渠道则侧重于展示质感优良、款式经典且适合现场试穿搭配的产品。

Red Copper 还将借助各平台优势，提升产品力、形象力和渠道力。线上社交媒体平台可用于快速传播品牌形象与新品信息，通过发布精美的产品图片和有趣的短视频吸引消费者关注，提升品牌形象。电商平台则凭借庞大用户基数和便捷购物流程助力产品销售，提升产品力。线下实体店通过精心设计的陈列布局和热情周到的服务，增强消费者对品牌的认知与好感，提升渠道力。通过全渠道协同发力，Red Copper 童装将在市场竞争中赢得更多优势。

展望未来，Red Copper 童装将通过拓展开店渠道、持续创新产品设计以及推进线上线下融合策略，进一步提升市场份额，扩大品牌影响力，塑造独特的品牌形象，从而在竞争激烈的童装市场中迎来更为广阔的发展前景。TA

**intertextile**  
SHANGHAI apparel fabrics  
中国国际纺织面料及辅料(春夏)博览会

2025.3.11 - 13  
国家会展中心(上海)

官网报名: www.intertextile.com.cn  
参展联系: 010-8522 9819 / 9062  
参观联系: 010-8522 9881

**yarnexpo**  
中国国际纺织纱线(春夏)展览会

2025.3.11 - 13  
国家会展中心(上海)

官网报名: www.yarnexpo.com.cn  
参展联系: 010-8522 9094 / 9807  
参观联系: 010-8522 9833

官方微信



# 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)



# 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

(以上数据由纺织之光科技教育基金会提供)

# 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