

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

2025.04.21 | 第14期 | 总第1214期

柯桥·中国轻纺城 专版



P14
一房难求背后，
潜藏着怎样的商业逻辑？



P22
上海德福伦：“差别化+”
织就纤维产业新图景

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



P10
**关税重负下，
中国纺织服装外贸企业如何应对？**

2025
KEQIAO
FASHION
WEEK
柯桥时尚周

拾光·溯

KEQIAO FASHION

WEEK PICKING LIGHT TRACING

柯桥时尚周|春季

May 2025 05.05-05.11

绘智美好睡眠

2025绘睡 春夏凉感系列

GO TO SUMMER RESORT



打造舒适睡眠和健康睡眠
的生活方式品牌。

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

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

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*

2025 年外贸优品中华行启动,中国纺联将积极助力稳外贸扩消费
工信部启动纺织服装特色产业集群建设
一批纺织品牌上榜首批中国消费名品
共谋产业用纺织品特色发展新模式
历代经典与汉服新品交融,曹县打造原创汉服之城

08 关注 *Attention*

夏延致:拓荒前行,浪尖中破译纤维密码!
提振消费,向新而行

10 特别报道 *Special*

关税重负下,中国纺织服装外贸企业如何应对?
内外贸一体化,家纺以“两新”促消费

14 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

一房难求背后,潜藏着怎样的商业逻辑?
破局·进阶,让企业“反套路”成长
2025 中国时尚面料设计大赛于柯桥启幕
莱赛尔印花面料开发交流与产品展示对接会举办
两岸纺织科技协同,共探产业新路径

18 长丝织造 *Industry*

聚新赋能、强质增效,长丝织造产业高质量发展迈出坚实步伐

20 印染 *Industry*

原创性引领技术+低碳革命:UWA 新型染料全球首发

21 一线 *Frontline*

打造新材料产业高地
上海德福伦:“差别化+”织就纤维产业新图景
共话发展蓝图,共谋创新未来
开启可持续发展新纪元

24 观察 *Observation*

大数据逆向牵引的服饰设计转型与生态演进
产业用纺织品的纤维原料和产品设计

26 指数 *Index*

春市营销微势推升 价格指数环比微涨



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

ROLE CONVERSION 角色转换

前不久,商务部部长王文涛会见欧盟委员会贸易和经济安全委员马罗什·谢夫乔维奇时,为他准备了一份礼物——一件运动T恤。这个看似普通的礼物,其实并不简单,它让我们纺织行业与这场高规格会晤产生了连接。

对于这件T恤,很多人,很多报道都被其以二氧化碳为“原料”深深吸引。虽然,相关信息中没有提及企业名称,但对于行业人而言,其实不难猜到:盛虹集团。他们建成的全球首条“二氧化碳捕集利用—绿色乙二醇—功能性聚酯纤维”产业链,实现了碳资源的循环利用,据了解,其利用二氧化碳制造纤维比原生纤维的碳排放可大幅降低28.4%。

这个技术不仅对行业的可持续发展具有引领和示范作用,在某种意义上讲,它也展示出中国纺织业所拥有的创新力,而这样的创新是可以为全球纺织产业甚至更多领域赋能的。

在当下一些企业因美国加征高关税感到苦恼、一时难寻出路时,这件T恤是否可以引导我们重新思考做全球市场的模式?到底什么样的产品可以绕过这样的壁垒?或者,什么样的产品是能够广受期待的?

当前,行业正加速推进自身的转型升级,围绕高质量发展,着力依托科技创新寻找更优的发展路径。很显然,这不仅是行业发展内力的修炼,也同样是我们寻求外向拓展的出口。

在此次美国引发的“关税战”之下,且不谈商贸环境变得不公,更重要的是让不少行业企业更加直观、清晰地感受到了自己的竞争力基础,低端、低附加值产品几乎无路可走。

不管我们是不是愿意看到,从东南亚纺织业竞争力持续爬升对全球订单走向产生影响,到当前美国高企关税壁垒带来的纺织品出口美国受阻等等,贸易环境和市场其实一直在变,若我们不肯变,或者变化速度跟不上市场,企业势必会受困。但若我们可以变得难以被替代,握在手里的市场主动权才可能更稳。

当然,同样值得业界关注的是如何“把鸡蛋放在不同的篮子里”,降低企业对于单一市场的依赖程度。

以往,企业常常会为自己能够雄霸一地市场感到自豪,这自然是实力的体现,但若市场发生变化,就会加大企业的运营风险。特别是海外市场,如大家所感,这几年国际贸易环境异常复杂多变,外向型企业很有必要加速布局更多市场。与此同时,对于做单一产品的企业而言,也会面对类似的风险。

最近,中澳经贸回暖,阿根廷对华牛仔布“松绑”,英国也开始暂停对数十种产品征收关税……放眼全球,中国纺织业所拥有的一直都不只是3.4亿人口的美国市场,还有数十亿人口的市场空间可深挖,这就需要行业企业能够迎难而上,破局求变,通过优化布局,多维度拓市场,立足“双循环”,以更多自主确定性应对外部环境的不确定。

View point / 产经看点

初步核算,一季度国内生产总值318758亿元,按不变价格计算,同比增长5.4%,比上年四季度环比增长1.2%。分产业看,第一产业增加值11713亿元,同比增长3.5%;第二产业增加值111903亿元,增长5.9%;第三产业增加值195142亿元,增长5.3%。

——国家统计局

今年一季度,我国制造业销售收入同比增长4.8%,增速较2024年加快0.9个百分点,制造业发展稳中提质,呈现多方面亮点。

——国家税务总局

据海关总署消息,一季度,东盟继续稳居我国第一大贸易伙伴地位,进出口1.71万亿元,同比增长7.1%,占我国整体外贸的比重提升到16.6%。

——央广网

据海关统计,今年一季度,我国货物贸易进出口10.3万亿元人民币,同比(下同)增长1.3%。其中,出口6.13万亿元,增长6.9%;进口4.17万亿元,下降6%。

——国新网



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

2025 年外贸优品中华行在海南启动，中国纺联将积极助力稳外贸扩消费

4月13日，外贸优品中华行启动仪式在海口举行，商务部副部长盛秋平出席并致辞。工业和信息化部、海关总署、市场监管总局等部门有关负责同志参加。

外贸优品中华行是商务部贯彻落实党中央、国务院关于推进内外贸一体化、帮助外贸产品拓内销的重要举措。活动主要内容是“1+10+N”，即举办1场启动仪式，聚焦10个外贸和消费大省，围绕重点行业开展一系列专题对接，畅通外贸企业内销渠道，应对外部冲击，助力稳外贸扩消费。

启动仪式上，商务部对全年外贸优品中华行活动进行动员部署；机电产品、纺织品、轻工工艺、食品土畜、五矿化工、医药保健品等6大进出口商会，以及中国商业联合会、中国物流与采购联合会、中国纺织工业联合会、中国连锁经营协会、中国百货商业协会等5大行业和流通协会，联合发布外贸产品拓内销倡议；电商平台发布支持外贸产品内销举措；有关部门、外贸大省、重点企业分享经验做法。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏出席启动仪式，与上述商协会联合发布了《外贸优品中华行行业协会倡议书》，提出了五点倡议：搭平台，畅



启动仪式上，发布了《外贸优品中华行行业协会倡议书》。

渠道；创品牌，促对接；育精品，惠民生；优服务，强支撑；促联通，谋共赢。下一步，中国纺织工业联合会还将联动相关专业协会，积极助力外贸优品中华行活动开展。

各省商务主管部门负责同志，内外贸行业协会负责同志，外贸企业、采购商、电商平台和媒体代表约200余人到会。（综编）

Direct/直击

工信部启动纺织服装特色产业集群建设

近日，工业和信息化部办公厅发布《关于开展纺织服装特色产业集群建设工作的通知》（工信厅消费函〔2025〕134号），正式启动全国纺织服装特色产业集群建设工作，旨在推动产业集群差异化、特色化、品牌化发展，增强区域经济互补性，筑牢纺织产业安全屏障。

通知指出，集群化发展是我国纺织服装产业的重要特征，在资源高效配置、产业链效率提升和区域经济发展中具有关键作用。此次工作以“强化特色、积极承接、发展边贸、加强配套”为原则，聚焦中西部、东北地区及河北省的县级区域，通过重点培育符合条件的产业集群，充分发挥地区传统文化、生产要素和边境贸易等优势，推动纺织服装产业高质量发展。

根据通知，申报地区需满足四大条件：一是以纺织中小企业为主体，主导产业聚焦、地域特色显著；二是纺织服装产业需为当地支柱或主导产业，具备可持续发展潜力；三是产业经济基础扎实，重点指标在县域工业中占比突出；四是产业集中度高或特色产品具有全国影响力，且内外贸渠道畅通。此举旨在引导各地因地制宜，打造具有核心竞争力的特色产业集群。

工作流程分为县级申报、省级推荐和部级审核发布三个阶段。县级主管部门负责填写《纺织服装特色产业集群申请书》等材料，省级部门初审后择优推荐1—2个集群至工信部。工信部将组织专家复审，通过实地抽查等方式形成重点培育名单，经公示后正式发布。

对重点培育集群，工信部将统筹推进集群建设，推动数字化升级和创意设计能力提升，增强特色产品附加值。省级部门需结合地区产业基础，引导集群聚焦优势环节，完善公共服务体系，营造良好发展生态。

业内人士表示，此次政策有助于引导产业梯度转移，形成区域分工合理、联动发展的产业格局。通过发挥各地区比较优势，既能促进劳动力就业和县域经济发展，也能提升国内纺织产业链供应链的安全稳定。

当前，我国纺织服装产业正面临转型升级的关键期。此次特色产业集群建设工作的启动，将为中西部、东北地区等区域注入新动能，推动形成优势互补、高质量发展的区域经济布局，助力纺织强国建设迈上新台阶。（周媛）

一批纺织品牌上榜首批中国消费名品

日前，工业和信息化部公布首批中国消费名品名单，共有93个企业品牌和43个区域品牌上榜。在93个企业品牌中，纺织行业14个；43个区域品牌中，纺织类10个。

据了解，本次评选由工信部主导，从产品创新力、市场竞争力、品牌影响力、文化赋能力四大维度综合考量，旨在分级打造代表中国品质的消费名品方阵，并向全球市场推介具有国际竞争力的优质品牌。

工信部表示，分级推进中国消费名品方阵建设的目标是，到2027年，初步构建品质至上、特色鲜明、产文融合的品牌体系，着力培育千件文化内涵丰富、全球认可度高的优质品牌，征集推广一批技术先进、成效显著、可复制易推广的“数字三品”应用场景典型案例，打造一批国际一流消费品企业和特色品牌。

分类构建中国消费名品体系是从历史经典、时代优品、潮流新锐三个维度，构建以企业品牌和区域品牌为主体的中国消费名品体系。企业品牌方面，历史经典注重历史文化底蕴，是历史悠久、至今仍具有强大生命力和影响力的经典品牌；时代优品注重产品竞争力，是新中国成立以来质量过硬、美誉度高，在人民群众中影响深远的优质品牌；潮流新锐注重创意设计，是近年来出现的引领时代消费潮流的新兴品牌。区域品牌是产业特色鲜明、地域标识明显、行业认可度较高的地方优势品牌，一般以“地名+产品”命名。

工信部要求加快推进消费品文化赋能。深度挖掘产业品牌培育土壤和文化价值，加强现代设计与传统文化有机融合，推动行业、品牌、文化一体联动，实现“一行业一文化”“一品牌一经典”，打造文化价值丰富、主题活动多元、文创作品繁荣、品牌故事生动、个性标识鲜明的名品生态。依托全国工业旅游示范基地和精品路线，结合国潮、国漫、国风、国粹等文化元素，支持创新开发文化产品，设计打造文化空间、多元建设文化博物馆，树立具有行业特色的文化新地标，培育新时代消费品产业名片。（郝杰）

Scene/现场

共谋产业用纺织品特色发展新模式

中产协调研辽宁省产业用纺织品行业发展情况

4月7—10日，中国纺织工业联合会副会长李陵申率调研组赴辽宁省开展产业用纺织品行业发展专题调研，调研组由中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅、辽宁省工业和信息化厅纺织处处长程俊杰、辽宁省纺织服装协会会长王翀等成员组成。调研组一行前往丹东、大连、抚顺等地，深入企业生产现场、召开重点企业座谈会，详细了解企业生产经营现状、发展形势以及当前的主要诉求。

辽宁省是我国较早的纺织工业基地之一，在非织造布装备的国产化和工业滤布产业的发展方面发挥了重要作用。目前，辽宁省已在大连、抚顺、丹东形成以非织造布、工业滤布、安全防护用纺织品为主体的特色产业集聚区，产业创新体系持续完善，并涌现出一批国家级绿色工厂示范单位、“专精特新”小巨人企业和单项冠军企业。

调研组一行参观了丹东全德高科技包装有限公司、丹东优耐特纺织品有限公司、丹东天皓净化材料有限公司、大连瑞光非织造布集团有限公司、辽宁博联过滤有限公司、抚顺天宇滤材有限公司、辽宁洁华环保科技有限公司装备有限公司、辽宁鸿邦装备技术有限公司等重点企业的工厂，并在大连、抚顺召开座谈会，重点围绕非织造布专用装备及制品、工业过滤、应急安防产业的发展情况，目前遇到的困难以及产业在科技创新、绿色化、数智化发展的趋势等方面进行了深入交流。

调研组了解到，尽管面临复杂的内外部环境，当地企业在2024年仍克服不利因素保持了一定的发展速度，并持续加大数字化转型升级、绿色化改造及老旧设备更新投入；通过开发新产品、拓展新市场与新应用，当地企业不仅提升了产品附加值和产能利用率，更是依托核心优势构建起纵向延伸、横向协同的产业链体系，进一步增强了抵御市场风险的能力。总体来看，当地企业对于2025年及未来发展依然充满信心，但针对国内市场的激烈竞争和外部环境的不确定性，企业希望相关部门加强政策指导与支持，

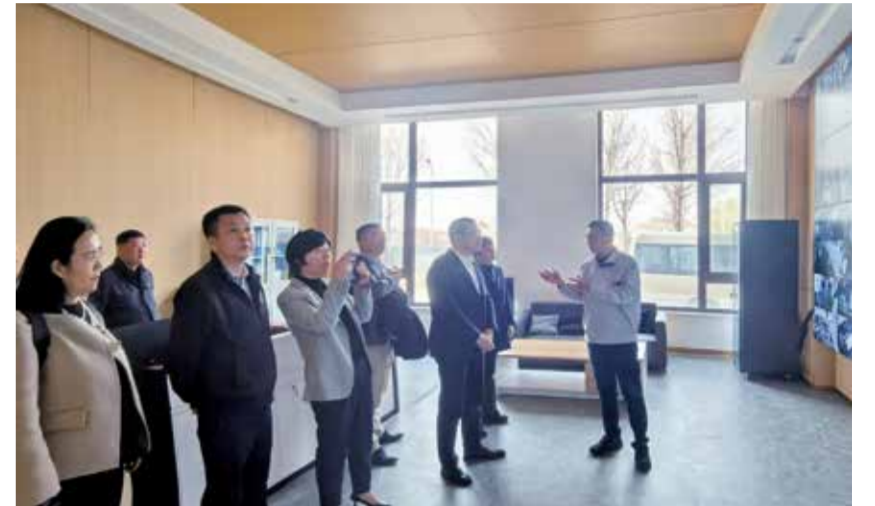
Region/区域

历代经典与汉服新品交融，曹县打造原创汉服之城

4月8日，由中共曹县县委、曹县人民政府举办的“第三届曹县汉服文化节——2025春夏款新品发布会”活动，在曹县e裳小镇数字经济产业园精彩开启。此次活动旨在擦亮“原创汉服生产之都”名片，助推曹县汉服产业转型升级。在开幕大秀——历代服饰展演之后，原创品牌“华羽集”“两三松”也将在发布会现场展示新款新品。

“第三届曹县汉服文化节——2025春夏款新品发布会”开幕仪式，由山东省服装设计协会职业时装模特委员会的编导执行团队，联合山东旅游职业学院师生、山东女子学院明镜台妆扮造型团队共同承办并集体参与。

开幕仪式上，山东省服装设计协会会长周锦特别邀请了服饰史学者陈诗宇及其领衔的衣冠复原团队，带来开幕大秀——历代服饰展演。陈诗宇团队是国内重要的服饰复原团队，多年来承担并参与了多项国家级服饰项目，其中包括国家博物馆等各大博物馆的展示工作，以及为中央电视台春晚、《国家宝藏》栏目，还有电视剧《清平乐》等数十档影视节目提供历史服装指导。在本次活动中，该团队带来了“衣冠溯源·继往开来——在曹县感受历代汉服之美”展演，精选了六个时期具有代表性款式的经典作品，并展出原件，为大家呈



调研组一行参观了重点企业。

助力扩大高质量内需市场；呼吁行业协会发挥跨行业协调优势，构建合作共赢的产业生态，助推新材料、新产品的市场应用。

李陵申指出，当前，世界经济的逆全球化趋势愈发明显，供应链安全与稳定遭遇严峻挑战，辽宁省产业用纺织品行业应充分发挥在高端非织造布及装备、过滤材料和安全防护等领域的区位优势和产品特色，进一步提升产业链供应链韧性和安全水平，持续加强全国区域品牌的影响力和带动力，以务实深化推动产业基础高级化，以织网强链构建协同创新生态圈，以向新向心培育数智化发展新动能，以绿色转型助推行业行稳致远。调研组表示，希望辽宁省相关部门进一步加强对特色产业的扶持力度，打造具有国际竞争力的领军企业，建设具有全球影响力和多元融合特征的产业用纺织品特色集聚区，为我国产业用纺织品行业高质量发展作出更大贡献。（中产协）



活动举行了历代服饰展演。

现了一场古代衣冠服饰的文化盛宴，也为未来汉服产业继往开来的发展奠定了坚实基础。

为更好地推动汉服产业发展，培育并推广山东优质汉服品牌，山东省服装设计协会与曹县电子商务服务中心将持续合作，依托曹县汉服设计研究院，挖掘和培育新锐原创汉服设计师，打造原创汉服品牌，同时培育优秀的汉服表演模特。（贺兰）

我是纺织人

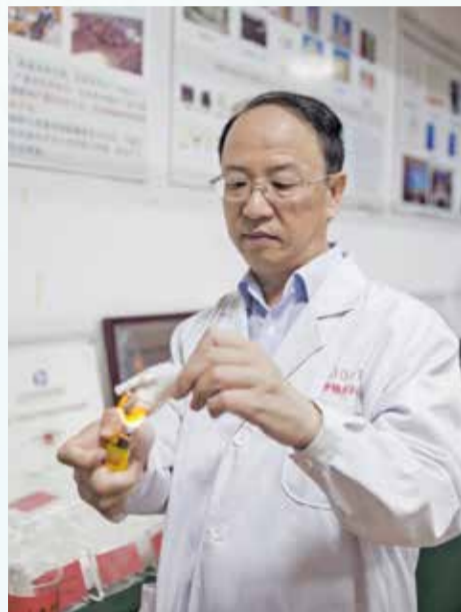
纺织之光科技教育基金会
Textile Vision Science & Education Foundation

本系列为“纺织之光”科技奖励 15 周年特别报道

青岛大学首席专家、海洋纤维新材料研究院院长夏延致：

拓荒前行，浪尖中破译纤维密码！

本刊记者_耿聃



夏延致

“虾蟹壳、海藻……谁能想到竟能穿到身上？——这不是科幻电影中的未来图景，而是青岛海岸线旁真实发生的材料革命。有人十几年初心不改，将实验室扎进浪涛深处，只为揭开第三种纤维的密码。

他就是国内海藻纤维领域的拓荒者，青岛大学首席专家、海洋纤维新材料研究院院长夏延致。这位向海而生的开拓者，正在继续引领着他的团队，在碧海蓝天之间续写中国纺织的辉煌篇章。

夏延致：自 1978 年起，我踏入纺织行业，亲历了行业的成长与进步，见证了我国纺织业从低产能、低技术水平起步，发展至今日的辉煌。可以说，在我们纺织人四十年的共同努力下，无论是在产能产量、产品种类还是技术水平上，我国纺织业已经全面跻身世界前列。

今天这样一个大好的局面，应该说离不开科技的进步。改革开放后，国家对各行各业的各种技术装备的引进，令我们经历了消化吸收再创新的过程，特别是在最近几年，面对全球产能过剩和产品滞销的挑战，科技进步的重要性愈发凸显。

在上世纪 90 年代初期，我着手研发阻燃涤纶，并因此荣获国家科学技术进步奖二等奖。这一成就标志着从基础创新到产业化的成功转变。直至今日，阻燃涤纶技术在我国依然广泛应用，并且大量相关产品远销海外，充分体现了科技的力量。

自 2004 年起，我开始探索新的领域，提出了从海洋中获取纤维资源，开拓纺织纤维的第三来源——海藻纤维。当时，整个研发过程是从无到有的突破，无论是在技术还是装备方面，国内外均缺乏成熟的先例，尤其是适用于纺织服装的纤维技术。到如今，经过多年的不懈努力，我们已经实现了这一创新纤维的产业化。

海藻纤维天生具备阻燃特性，是一种纯天然的防火产品。从海洋中的海藻生长到最终加工成纤维产品，是一种零碳甚至负碳的生物基材料。在海藻纤维的生产过程中，几乎不产生废渣等污染物，因此，生产和应用海藻纤维对于环境保护具有深远意义。

十一年时间，夏延致带领团队，将孤独生长的海藻，织成温暖世界的衣物。而今，他的视野已然投向更为辽阔的未来，第三代海藻纤维正“蓄势待发”。

夏延致：首先，我们的研究方向和目标必须与国家的战略需求紧密结合；其次，在海洋高分子、海洋纤维方面还要继续发力。我们目前已经做到了全球领先，成为能够提供纺织服装用或者说是能够纺纱织布的海藻纤维公司，并已实现产业化。接下来，我们将致力于开发第三代海藻纤维，瞄准国防航空航天领域的应用，并努力实现成本的进一步降低。最后，我们应坚持海洋生物基材料的研究，致力于将其发展成为一个真正意义上的产业化大品种纤维，为国家的经济社会发展贡献力量。

夏延致带领研究团队先后荣获各种奖项，现已具有目前世界上海藻纤维年产能最大的千吨生产线。他说，这些成绩离不开纺织之光基金会的支持。

夏延致：“纺织之光”中国纺联科技奖对整个纺织行业的人才培养、鼓励，对纺织行业的发展都起到了巨大的推动作用。希望我们纺织人，既能满怀信心，又能正视一线之困难、艰辛、艰苦。

我们纺织人任重道远，未来解决问题的出路仍然是在科技，希望我们共同携手把中国的纺织事业推向新的高峰。

海藻舒展如绸，是大海的慷慨馈赠，而夏延致已看见更深处的蓝。这位织梦者，仍将以科技报国为使命，继续拆解深蓝大海的经纬密码，为造就中国自己的“海上棉仓”而不懈奋斗！TA

十一年时间，夏延致带领团队，将孤独生长的海藻，织成温暖世界的衣物。

提振消费，向新而行

预测 2025 年我国社会消费品零售总额增长 5% 左右

本刊记者_李亚静



发布会现场。

“在居民收入稳定增长、消费环境持续改善、消费场景不断创新、存量增量促消费政策协同作用下，我国消费品市场将持续优化结构、稳中有进，2025 年社会消费品零售总额预计增长 5% 左右……”4 月 16 日由中国商业联合会、中华全国商业信息中心联合主办的 2025 中国消费品市场发展大会暨第三十三届中国市场商品销售统计结果发布会，对 2024 年我国消费品市场的运行情况和 2025 年消费品市场发展形势进行解读，并发布了 2024 年度中国市场商品销售统计结果。

大会以“向新而行，以质致远”为主题，围绕经济政策、消费环境、消费趋势与行业发展，邀请了行业专家和企业家代表分享观点，共同探讨消费品市场发展变化、企业创新发展趋势与实践，激发企业内生动力，展现商业和品牌风采，凝聚高质量发展合力，推动消费品市场提质升级。来自行业协会的领导嘉宾，以及百货业、企业代表等 300 余人参会。

会议提到，2024 年是实现“十四五”规划目标任务的关键一年，面对复杂形势，在党中央领导下，我国经济运行总体平稳，全年 5% 的经济增长预期目标顺利达成。作为“消费促进年”，各地区各部门积极落实党中央、国务院决策部署，以“政策+活动”双轮驱动，实施了一系列扩内需、促消费措施，消费品市场展现新活力。如消费品以旧换新成效显著，推动家电等行业销售增长，一级能效产品受青睐；县域消费升级动力增强，电商平台县域市场家电销售额增长；新型消费潜能持续释放，实物商品网上零售额保持增长；首发经济势头强劲，成为多地打造新消费增长点的重要抓手；服务消费蓬勃发展，全国居民人均服务性消费支出占比提高，文旅、信息消费等增长迅速。

2025 年，我国将坚持稳中求进工作总基调，扎实推动高质量发展，推动经济持续回升向好，不断提高人民生活水平，保持社会和谐稳定，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。国家将实施一系列更加积极的财政政策和适度宽松的货币政策，来实现经济发展目标，这有利于改善企业经营、增加就业机会、稳定收入增长，从而有利于消费品市场的持续扩大。

值得关注的是，2025 年，提振消费工作被摆在更加突出的位置；新质生产力将对市场高质量发展起到关键性作用；消费品以旧换新政策将加力扩围；全国统一大市场建设向纵深推进；物价涨幅有望温和回升；社会消费品零售总额预计增长 5% 左右。

我国消费品市场发展将呈现五大趋势：一是人工智能深度融入消费市场；二是商文旅体健康融合发展；三是国产品牌与本地消费机遇增加；四是零售渠道差异化、多元化竞争加剧；五是银发经济潜力巨大。

会议发布了 2024 年度中国市场商品销售统计结果，众多领域品牌积极作为，表现亮眼。代表企业中，纺织服装企业/品牌波司登、安莉芳、爱慕、罗莱、梦洁、雅戈尔、杉杉、罗蒙、九牧王、七匹狼、比音勒芬、三枪、铜牛、雪伦、恒源祥、珍贝等，展现了未来消费品市场变革的动力和潜力，成为推动整个消费品行业不断向前发展的品牌力量。TA

服装市场品质消费与理性消费并存

一、居民衣着消费支出持续增长

2024 年，我国居民人均衣着支出达到 1521 元，同比增长 2.8%，2020 年以来首次实现连续正增长，表明居民在衣着上的开支，已进入相对稳定的增长区间。服装作为兼具物质、情感、文化、审美的商品品类，还需要进一步提升其功能属性并展现其精神价值。

二、限额以上单位服装零售增速放缓

2024 年限额以上单位服装类零售额实现 10716 亿元，同比增长 0.1%，增速较 2023 年放缓 15.3 个百分点，低于限额以上单位商品零售增速 2.6 个百分点。其中，一季度实现 2.2% 的同比正增长，二季度同比下降 0.7%，三季度同比下降 2.4%，四季度同比增长 0.6%，全年呈现前高、中低、后扬的增长态势。

三、服装消费价格持续上涨

2024 年服装类消费价格同比上涨 1.6%，涨幅高于上年 0.6 个百分点，高于居民消费价格整体涨幅 1.4 个百分点。服装消费价格持续上涨且涨幅高于居民消费价格平均涨幅，充分证明了我国服装消费市场进入理性消费与品质消费并存的发展阶段。

四、重点大型零售企业服装零售额同比下降

根据中华全国商业信息中心统计，2024 年全国重点大型零售企业服装零售额同比下降 4.9%，降幅大于全国重点大型零售企业商品零售整体降幅 3.7 个百分点。在理性消费、高质量消费成为主流消费理念的环境下，全国重点大型零售企业服装零售量同比下降 3.6%。

五、下沉市场释放服装消费增长潜力

在一线城市服装消费增长放缓的同时，下沉市场则呈现出较强的增长潜力。2024 年，部分三、四线城市限额以上单位服装鞋帽针织品类商品零售实现较快增长，其中，绍兴市同比大幅增长 37.3%、徐州市同比增长 18.7%、常州市同比增长 11.4%。

六、数字化营销不断创新发展

随着互联网的普及、消费者购物习惯的转变、直播带货平台、社交内容平台的崛起，服装品牌加大数字化转型力度，通过提供更加丰富的线上购物体验、打造引领时尚潮流的线上阵地等举措，实现业务增长并构建品牌、商品和用户体验的护城河。

七、服文旅体健康融合发展

随着服务消费占比持续扩大，服装品牌将突破传统的产品场景限制，更多地与体育、文化、旅游、健康产业相融合，借服务消费兴起之势，赋能服装品牌产品。

八、服装品牌将着力展现价值创造过程

服装品牌将着力向消费者展现价值创造过程，通过从服装的功能、设计、制作流程等方面入手，为消费者提供超越预期的体验；举办品牌发布会、主题活动等，增强消费者与品牌的互动和参与度；从理想、愿景、调性与风格角度，丰富品牌内涵等策略，加快从价格竞争转向价值竞争。

九、人工智能将更加深入影响服装市场

人工智能将从设计、生产、营销等各个环节推动服装行业智能化、数字化转型，并为消费者提供更好的购物体验，包括让服装设计更加符合消费需求、降低服装定制门槛、增加品牌与消费者互动等。

关税重负下，中国纺织服装外贸企业如何应对？

■ 本刊记者_徐长杰

当地时间4月2日，美国总统特朗普依据IEEPA（《国际紧急经济权力法》），正式宣布对全球加征“对等关税”。对全球进口商品加征10%的基准关税，于4月5日生效；对部分经济体征收更高的税率，暂定4月9日生效。根据新政，美国将对中国征收34%的对等关税，叠加此前加征的20%，今年美国对华加征的关税已经达到54%。4月10日，美国政府宣布对中国输美商品征收“对等关税”的税率进一步提高至125%，叠加后已达到145%。4月12日，美国政府宣布，将智能手机、电脑及其他电子产品排除在所谓的“对等”关税之外，此外，制造半导体所用的设备也被排除在外。

不仅如此，此前一直悬而未决的“800美元小额豁免”政策也确认取消，将征收30%的关税或者25美元每件关税（6月1日后将上升至50美元每件）。

对中国出口企业而言，这一政策组合拳的影响是多重的。传统大宗商品出口面临更高关税壁垒，而通过跨境电商渠道的“小批量、多批次”出口模式也受到直接遏制，同时，因为对越南、印度尼西亚、柬埔寨等国也开始征收关税，导致我国出口企业通过“第三方”转口贸易的难度显著升高。

外贸工厂“寒冬”来袭

实际上，加征关税对所有出口美国的企业来说都是共同的挑战，但无疑，外贸工厂的处境更为严峻。

江苏一家专业生产袜子的企业日前在接受《纺织服装周刊》记者采访时表示，本次关税调整，使得企业出口成本大幅上升，而企业为维持市场竞争力难以将成本完全转嫁给美方，利润空间被严重挤压。接下来可能会进一步导致订单减少、销售下滑。“加征关税后，美国采购商采购成本增加，会倾向于减少从中国的采购，转向其他低成本国家。这导致中国纺织企业对美订单量锐减，销售额出现断崖式下跌，企业资金周转困难，还可能造成库存积压。”该负责人还

谈到，美国对与存在贸易逆差的国家均加征关税，中国企业通过越南、印度尼西亚、柬埔寨等“第三方”转口贸易的难度显著升高，间接对美国出口的途径也被堵。

当下直接面临的问题是：供应链上下游企业间的协作节奏被打乱，原料供应、生产计划、产品交付等环节都出现问题。比如，上游原料供应商担心下游企业订单减少，不敢大量生产，导致原料供应不稳定；下游生产企业则因订单不确定，不敢盲目采购原料，影响正常生产。

“羊毛出在羊身上”，成本上涨，涨价几乎是确定的一步。但价格上涨也意味着中国供应链的价格优势被削弱。实际上，在此轮关税宣布之前，就有外贸企业表示，美国客户表示不会单独承担增加的成本，要么双方协商，要么终止合作。外贸工厂的业务情况与头部客户的订单息息相关，某个大客户的订单没能做成，工厂可能会面临关停的局面；但其有限的利润空间难以作出让渡，即使双边承担一半的关税，也有可能是工厂全部的利润。

出海企业“腹背受敌”

困境之下，出海建厂是此前很多工厂看中的“出路”。面对美国可能对华加征的高关税，不少工厂企业选择将供应链向成本更低的东南亚国家转移。然而，当下，美国对越南实施46%对等关税，对柬埔寨实施49%关税，对印尼实施32%的关税，对等关税将显著降低出海东南亚的纺织企业的成本优势。“借道出口”策略失效，行业整体利润空间将被压缩。

据统计，目前美国只有2.5%的服装和1%的鞋类为本土制造，越南等亚洲国家则是美国服装鞋帽的主要进口来源地。越南纺织服装协会的数据显示，2024年越南纺织服装出口额达440亿美元，美国是其最大市场，耐克、露露乐蒙等服装品牌超过35%的产能聚集在越南。随着美国所谓“对等关税”措施即将实施，这些服装品

国际纺联发声： 美单边加税扰乱纺织服装供应链，合作谈判才是正道

美国政府单方面决定对进口商品全面大幅提高关税，这对长期以来以多边（世贸组织）、区域和双边（自由贸易协定）贸易协定为基础构建的现有全球贸易体系构成了重大挑战。

国际纺织制造商联合会（ITMF）主席K.V.Srinivasan强调：“这些大幅关税上调将对美国纺织品进口，尤其是服装进口产生重大影响。”

目前，美国市场上销售的服装约95%为进口产品，主要来自中国（约占30%）、越南（13%）、印度（8%）、孟加拉国（6%）和印度尼西亚（5.5%）。从具体数据来看，这些国家此前面临的关税税率为11%至12%，而现在税率将飙升至38%至65%。为此，美国服装进口商正在寻求关税较低国家的替代采购来源。然而，许

多此类替代选项的生产成本较高，且往往缺乏所需的产品种类或生产能力。

将服装制造业迁回美国也将面临重大挑战。美国的劳动力成本大幅高于其他国家，而且许多服装生产所需的必要纺织品仍需进口——且现在成本已上升。此外，美国还面临服装行业熟练工人短缺的问题。无论是通过提高进口关税还是成本高昂的国内生产，最终结果都将是服装价格上涨，进而推动通货膨胀上升。

K.V.Srinivasan进一步表示：“美国政府推行的贸易政策将扰乱纺织品和服装供应链，增加不确定性，并推高价格。与其对所有产品类别实施单方面关税上调，各国政府通过谈判和合作制定政策将对全球纺织品和服装行业更有利。”（国际纺联）

牌将被迫提价。

作为全国最大的化纤面料生产基地，江苏盛泽生产的面料直接销往东南亚国家，然后加工成成衣，最终销往欧美。“我们出口当中的60%是销往东南亚，最终的消费是在美国。而美国加征了关税之后，会传导到我们纺织产业链的上游，特别是我们纺织织造环节，要么利润空间被压缩，要么订单减少。虽然影响和挑战都不小，但盛泽镇有完整的纺织产业链基础，也有科技含量高的技术。”苏州市吴江区盛泽镇副镇长陆子平表示，盛泽是世界级的纺织产业集群，特别是拥有全球领先的高端工业丝，真丝绸产品目前在国际市场上也很难找到替代品，所以，这是盛泽企业的中长期信心所在，是对目前关税冲击的一个信心来源。

当然，对美国纺织业自身而言，短期内本土企业会因关税保护减少竞争，扩大市场份额。但从长远来看，其他国家的报复性关税将阻碍其海外市场拓展，加上国内产品价格上涨导致消费者购买意愿降低，将对行业整体发展产生负面影响。此外，美国纺织业依赖全球供应链，征收“对等关税”可能导致供应链中断或成本上升，影响生产效率与产品质量。

短期内，中国对美纺织出口可能因“对等关税”受到冲击。然而，美国主要贸易伙伴征收的关税幅度略高于美国，使中国商品具备“潜在关税优势”。若其他国家对美纺织出口因“对等关税”减少，中国纺织企业凭借产业和成本优势，有望在其他市场抢占份额，部分弥补美国市场的损失。

美国征收“对等关税”给全球纺织行业带来诸多不确定性。纺织企业需密切关注政策动态，灵活调整市场策略与供应链布局，在危机中寻找新的发展机遇。

跨境电商从“低价竞争”转型

除了关税政策，特朗普还签署行政令，宣布将于5月2日正式取消“小额免税”政策（T86模式）。行政令指出，所有通过国际邮政网络发送的价值在800美元或以下、符合最低限度豁免条件的货物相关邮件，需缴纳其价值30%或每件25美元的关税（2025年6月1日后增至每件50美元）。这将取代任何其他关税，包括先前命令规定的关税。此前，该政策曾在2月初被短暂取消，但由于美国海关系统不堪重负，导致数百万包裹积压，特朗普政府被迫在2月7日宣布暂缓执行。

800美元的金額范围涵盖了中國跨境小包的絕大多數類目。以Temu、Shein为代表的中国跨境电商平台早期借着T86模式在美国实现了迅速扩张，现在各平台的全托管业务也主要依赖于这个政策，对于资金实力有限的中小型企业而言，他们也更容易借此将商

品销售到美国市场。

小额豁免政策取消，也意味着T86清关模式失效，直邮卖家可能会面对更长的处理时间、更高的申报成本和更复杂的流程。广东一家主营跨境出口的负责人表示：“我们90%的订单都走直邮小包，800美元以下免税政策取消后，产品价格优势将丧失，美国市场可能不好做了。”

业内普遍认为，依赖直邮的铺货型卖家及低利润卖家面临较大风险，转型的迫切性更加明显。

“当T86取消之后，跨境小包裹的形态很难存在，海外买家有大量现货要放在当地再去零售或者转售，”阿里国际站总裁张阔表示，“从中长期看，海外仓比例会增加。”

政策已落地，出海企业不得不对现有的模式进行调整，海外仓、本土化运营和多元化市场布局将成为应对贸易壁垒的核心策略。也有行业专家认为，这也将倒逼中国企业从“低价竞争”转向品牌化与供应链全球化布局，长期或推动产业升级。

构筑多元防线，抗击外贸风险

中国是超大规模经济体，近年来我们积极构建多元化市场，对美市场依赖已在下降。

我国对美出口占全部出口的份额已从2018年的19.2%降至2024年的14.7%，对美出口下降不会对整体经济造成颠覆性影响。但美国内不少产品对我依存度较高。当前美国不仅在很多消费品上离不开中国，很多投资品和中间产品也需要从中国进口，有若干品类依存度超过50%，短期内在国际市场上很难找到替代来源。在全球供应链深度交融的大背景下，中美贸易不可能完全中断。

与此同时，新兴市场经贸合作潜力巨大，日益成为我国稳外贸的重要基础。我国是全球150多个国家和地区的主要贸易伙伴，2018年以来，我对东盟出口占比由12.8%提升到16.4%，对共建“一带一路”国家出口占比由38.7%提升到47.8%，且保持较快增长势头。

国内市场缓冲空间广阔，是重要的大后方。据统计，2024年我国有出口实绩的数十万家企业中，接近85%的企业同时开展内销业务，内销金额占销售总额的近75%。国家正加快打通“出口转内销”政策堵点、卡点，扩内需各项政策也在加力扩围，内需市场的容纳效应将日益显现。

在需求端，美国市场需求依然存在，且很大一部分是刚性需求；在供应端，中国制造仍然是全球最高效的供应链。即便存在风险，生意的增长仍是主要趋势。我国作为全球第二大经济体和第二大商品消费市场，无论国际风云如何变幻，中国对外开放的大门只会越开越大！

内外贸一体化， 家纺以“两新”促消费

■ 本刊记者_夏小云

世界格局正在深刻演变，关键时刻，更要集中精力办好自己的事！今年的《政府工作报告》中，“消费”一词出现了32次，“大力提振消费”更被写入年度十大任务之首。纺织服装行业如何落实？近日，一场家纺行业的行动——“2025 家纺品牌中国公益行上海站暨上海市家纺消费品补贴首发活动”在上海第一八佰伴开启。

● 品牌：龙头企业领潮

此次活动，罗莱积极响应15%的补贴政策，精心打造主题展陈，将2025年春夏新品一一呈现，罗莱零压深睡枕、柔心而动套件系列，还有罗莱鸿运系列鹅绒被与蚕丝被等。在这里，消费者不再是被动的观察者，借助“视觉+触觉+场景化”的交互方式，他们能沉浸式体验科技睡眠带来的革新魅力，真切感受罗莱家纺的品质与创新。

而且，这场活动的影响力不止于八佰伴。罗莱还联动第一百货、新世界、上海东方商厦等多个分会场，为消费者送上政府补贴与企业让利的双重福利大礼包。活动期间，罗莱家纺“以旧换新”活动成为上海市民热议的话题，大家纷纷走进门店，参与活动，享受实惠，选购心仪的家纺产品。

在消费升级与政策扶持的大环境下，家纺作为家居消费的关键一环，被纳入“消费品以旧换新”补贴范畴。这一政策如同强劲引擎，驱动着家纺行业迎来全新发展机遇，“以旧换新”活动也顺势成为推动行业复苏与升级的新力量。

水星家纺也第一时间响应政策号召，快速组建专项工作组，采用“政策补贴+企业让利”的双轨模式，有效降低消费者换新成本。在产品布局上，针对不同季节与消费群体，推出匈牙利进口大朵鹅绒冬被、澳洲美利奴进口羊毛抗菌加厚冬被、应季磨毛套件、长绒棉四件套等丰富多样的产品。在线上线下融合的销售策略下，水星家纺在终端门店以及天猫、京东等主流线上平台全面铺开消费补贴优惠活动，成功满足了消费者对品质生活的追求，销售业绩也因此显著提升。

● 协会：推进供给焕新

中国家用纺织品行业协会对“以旧换新”活动高度重视。中国家用纺织品行业协会会长朱晓红指出，家纺作为家居消费的关键部分，被纳入“消费品以旧换新”补贴范畴后，极大地激发了家纺消费热情。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，参与活动



企协联手，共同促进家纺行业发展。

活动的家纺品牌终端店平均实现同比20%的销售增长，部分家纺集合店在2024年12月当月更是达到近60%的同比增长。补贴活动不仅提振了消费信心，还通过消费端的刺激带动了生产端的发展，有力推动了行业的高质量进步。

在政策与市场的互动过程中，中国家纺协会充分发挥桥梁作用，积极与政府部门沟通协调，及时反馈行业需求和企业面临的困难，为政策的精准制定和有效实施提供有力依据，推动家纺以旧换新政策不断完善。在2025中国纺联“春季联展”期间召开的中国家纺协会七届三次副会会议上，中国纺联副会长、中国家纺协会监事长杨兆华提出“政企声浪共振”激活政策红利的建议，呼吁企业凝聚合力，抓住市场机遇，共同推动国补政策落地，促进家纺行业企业发展。

展望未来，随着《提振消费专项行动方案》等系列政策持续推进，消费需求逐步回暖，行业此前受外部因素影响的供需关系正在改善。纺织企业应抓住这一机遇，优化产品结构、提升供应链效率、提高经营效率。相信在行业各方的共同努力下，市场将持续释放消费潜力，推动行业持续发展，为经济增长注入新动力。

● 城市：遇见美好生活

中国是制造业强国也是一个人口和地域大国，我们天然地拥有一个庞大且分层的市场。这是消费创新的绝佳土壤。衣食住行，健康居家，所有人都在期待一个穿得、住得、用得更加时尚、健康、环保、智能的未来。

作为家纺“以旧换新”的先行城市，上海的成绩有目共睹。2024年，上海就已凭借这一活动实现销售收入超6.7亿元。上海市家用纺织品行业协会会长倪国华介绍，2024年该活动吸引了线下400多家商超百货和企业专卖店，以及线上300余家企业的旗舰店参与，1元补贴成功撬动了6元消费。行业协会也积极倡议品牌企业开发绿色、功能、时尚的产品，满足不同层次消费者对美好生活的向往，进一步提升上海家纺品牌的影响力和美誉度。2025年，窗帘、毯类、软床垫、床上用品这四大类家纺产品继续享受15%的补贴，市民通过银联云闪付、支付宝和微信支付三个渠道，每个渠道都能分别享受封顶2000元的补贴，且可多次使用。

根据南通市商务局发布的《关于开展2025年南通市家装家居焕新补贴活动的通知》，补贴涵盖智能家居、常用家居和家纺三大类，消费者最高可获得1万元补贴。

2025年连云港市开展家装家居焕新补贴活动，从1月1日至12月31日，个人消费者购买包括家居布艺、床上用品、卫浴用品和窗帘遮阳等在内的家纺类产品，可享补贴。一般产品按最终销售价15%补贴，1级能效或水效标准产品按20%补贴，每人补贴上限1万元，补贴品类和标准将依国家政策调整。

江苏宿迁也积极行动，将家纺纳入家装家居补贴范围。在2025年1月1日至12月31日期间，补贴范围涵盖家居布艺、床上用品等。个人消费者购买补贴范围内的产品，可享受最终销售价格15%的补贴，每人补贴金额不超过1万元。

这些城市的积极实践，充分展示了家纺“以旧换新”活动在全国范围内的蓬勃发展态势。各地根据自身实际情况，制定出符合本地市场需求的政策和活动方案，不仅推动了当地家纺消费市场的繁荣，也为整个家纺行业的发展提供了丰富的经验和多样的发展模式。[1]



EAST MARKET
中国轻纺城

东市场

中国时尚女装面料第1站

THE FIRST STOP FOR FASHIONABLE WOMEN'S CLOTHING FABRICS



编者按：

作为浙江省改革开放的“金名片”，中国轻纺城不仅是柯桥的产业之基与立城之本，更是中国纺织业参与全球竞争的战略支点。从一根丝、一匹布到一件衣，中国轻纺城依托全产业链布局，深度挖掘并放大“产业+市场+科创”的叠加优势，书写了中国纺织业高质量发展的“市场样本”，成为观察中国实体经济转型升级的鲜活窗口。

作为全球规模最大、经营品类最全的纺织品专业市场，中国轻纺城拥有3.9万余户市场经营户，经营品种5万余种，全球四分之一的面料在此交易，销售网络遍布206个国家和地区，2024年总成交额突破4000亿元大关。一连串数字背后，折射出传统纺织专业市场向着现代化新兴市场不断创新跃变的商业密码。

2025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。本刊特开设《市场观察》栏目，以“全球纺织产业坐标中的市场样本”为观察视角，通过产业链深度解剖与市场生态全景扫描，解码建设纺织现代化产业体系进程中的中国轻纺城市场方案。

市场观察 中国轻纺城坯布市场

一房难求背后，潜藏着怎样的商业逻辑？

本刊记者_王利

当前，纺织新业态正重构实体市场新格局，产业数字化浪潮撕开传统贸易的时空壁垒，传统专业市场步入转型升级的深水区。在全国各大纺织专业市场纷纷打响招商隆市保卫战之际，中国轻纺城坯布市场却交出了2389间营业房100%出租率的亮眼答卷。“一房难求”的现象级火爆背后，潜藏着怎样的商业逻辑？

在坯布市场一楼干净整洁、宽敞明亮的通道里，来往客商行色匆匆，快速走进目标商铺；楼下刚增设的垂直电梯间里，采购商们拿着样布穿梭自如；四楼崭新的展示贸易洽谈区不时回荡着交流沟通与欢笑之声。这种高效运转的场景，正是坯布市场运营方以“硬环境+软服务”双提升、“空间重构+流量再造”双突破的创新实践成果。

“经营户的需求，就是我们不变的追求。”中国轻纺城坯布市场有限公司总经理王华军表示，正是基于这样的理念，坯

布市场构建起市场公司与经营户双向奔赴的生态共同体，携手打造纺织上游专业市场新高地。

营商环境便利化：“细节革命”解锁进阶密钥

在王华军看来，经营户之事无小事，商户的“微诉求”就是营商环境的“晴雨表”。从厕所改造、电梯增设、停车系统优化到市场培训、线上新品发布会，多年来，坯布市场不断细化市场服务的颗粒度，构建起“体验可量化、服务可感知”的全周期服务生态。

“春江水暖鸭先知，我们始终认为市场营销环境如何，经营户是最有话语权和感知力的。因此，市场每两至三个月都会召开经营户代表座谈会，一方面了解经营户在日常生产经营过程中遇到的困难和对市场公司的建议，另一方面让经营

户以主人翁身份共商市场发展规划，共建市场美好未来。”王华军说道。

当市场交易额逐年增长遇上车流量激增，停车困局成为许多专业市场急需解决的问题。

为此，坯布市场多措并举，通过停车系统优化和停车位改造成功破解停车难题。针对高峰期进出拥堵引入ETC无感支付、反扫支付和提前支付，大幅提升了车辆通行效率；针对来往拿样的客户设置即停即走区域，潮汐车位设计极大提升车位周转率；针对市场停车缺口，挖掘市场边角角落，通过合理规划进行车位扩容……以智能治理与空间效能驱动商业生态进化。

在专业市场“垂直商业衰减定律”的魔咒下，越往上人流量越少似乎成为解不开的难题，这也为专业市场发展繁荣带来极大限制。为打破这一魔咒，坯布市场以“立体交通网络革命”破除楼层壁垒，在原有基础上，增设6部垂直电梯，进一步压缩跨楼层通行时间，为客户上下楼层找样提供了极大便利。

此外，为了让市场更干净整洁，坯布市场不仅在看得见的通道走廊下功夫，还进行了厕所改造；为了提升经营户税务、金融等常识，多次举行市场培训活动；为了帮助经营户拓展营销渠道，积极组织经营户参加对接会、线上展会和新品发布会……多年来，坯布市场坚持“营商环境就是生产力”的发展逻辑，从经营户的难点与“痒点”出发，真正把服务做到了经营户心坎里。

市场布局再进化：空间重构催生“化学反应”

中国轻纺城坯布市场于2011年开业，经过10余年的培育发展，已形成了一楼主营坯布，二楼主营绣花面料，三四楼主营库存布产品，A、B、C三个区域协同发展的良性生态布局。随着坯布市场在全国知名度和影响力的提升，越来越多外部的经营户想入驻，却苦于没有合适位置，如何为更多的经营户提供机会，成为坯布市场面临的“幸福烦恼”。

为此，坯布市场在物理空间与产业生态双维度上，开启了“破界行动”。纵向通过电梯矩阵建设、租金政策调节与立体功能优化打破楼层梯度，横向通过在ABC区间加装灯箱广告、引入明星企业作为“流量锚点”弥合区域差异，推动1—4楼和ABC区平衡发展，让所有商铺都能共享市场创新与发展“红利”。

据王华军介绍，2023年市场公司结合市场经营格局实际，重组整合四楼剩余营业房，设立展示贸易洽谈区，并劝导一楼大户只保留1—2间商铺，把展示区迁到四楼，打造“一楼接单窗口+四楼展贸中枢”模式，腾出的首层黄金铺位引入更多经营户入驻，进一步丰富市场产品类别，提升市场创新活力。这种“前店后展”的布局，既保留传统市场接单功能，又构建起品牌展示新高地。

近年来，坯布市场不断优化业态布局，引进开元颐居酒店、机器人炒菜餐厅、十足便利店、首家咖啡休闲吧，打造集采购、休闲、住宿等于一体的一站式现代化市场综合体。同时，积极拥抱数字化浪潮，以“新产品+新媒体+网红直播”的创新模式，为经营户开拓“云上”拓市新思路，推动了专业市场宣传及综合竞争力全面提升。

众人划桨开大船，众人拾柴火焰高。王华军表示，未来，坯布市场将继续以优质的服务和良好的营商环境赢得新的增量，团结广大经营户，不断增强坯布市场的竞争力、创新力、发展力，把坯布市场打造为全球知名的标志性市场和引领产业链下游高质量发展的“新标杆”。TA



经营户：我与坯布市场共成长

“我们的工厂在湖北黄冈，从2011年开业，公司就入驻了坯布市场，当时就是看重这个市场比较新，硬件配套完善，没想到经过十多年的发展，这个市场比我们想象中发展得更好，公司的销售额也随之翻了一番。当然，我们经营户都明白市场发展的背后离不开市场公司‘保姆式’的服务，从厕所改造、电梯加装到停车系统优化，正是这一件件看似很小的举措，为我们营造了安心舒心的经营环境，也为来往客户营造了良好的体验。”

——绍兴茂美纺织有限公司总经理刘伟

“我们是2011年坯布市场开业首批入驻的经营户，一路走来，见证并参与了坯布市场的成长。这个市场优势非常明显，一是整体规划完善，安装了中央空调，客户走进来冬暖夏凉，下雨天逛市场也不担心淋雨，还安装了许多电梯，上下楼层找样非常方便；二是各门店空间设计很好，客户走进来不压抑，非常敞亮；三是服务非常好，市场工作人员会经常上门询问我们的建议，并进行有针对性地解决。目前，我们除了在二楼有店铺，还在四楼设立了展示洽谈空间，楼上楼下相辅相成，形成良性发展。”

——浙江天鹰纺织有限公司门市负责人邹海芬

“我是2012年9月入驻坯布市场的，这是我人生的第一次创业，开业第一天有三个客户光顾店铺，当月就接到了第一个订单。从白手起家到如今销售额破亿元，从10余平方米的小店铺到买租结合店铺面积扩容，在没有任何客户资源的情况下，是这个市场给了我前行的动力和勇气。目前，公司不仅在一楼有店铺，还在旁边的纺都大厦设立了展示接待办公室，优质的服务和完善的配套支撑着公司不断发展进步。”

——绍兴艺晟隆纺织有限公司总经理季吉隆

“我们2020年入驻坯布市场，这是一个面向世界、专业化程度非常高的市场。得益于市场的客户资源优势、前沿信息集聚优势和市场精细化服务优势，入驻短短几年时间，公司就取得了显著的发展成效。作为一家生产多组分交织面料的创新型企业，来到这个市场可以更近距离接触客户，更全面接收到来自全球各地的前沿趋势，因此产品更新速度更快，产品创新力度更强，不仅推动了公司产值保持每年10%以上的增长幅度，也促进公司机台设备的增加与革新，推动公司快速发展。”

——嘉兴市新业达纺织有限公司总经理张嘉炳



纺城新生代·舞动新质力 3

破局·进阶，让企业“反套路”成长

访绍兴锋行纺织品有限公司总经理莫少锋

■ 本刊记者_王耀祖



莫少锋

在柯桥活跃着一批创二代、纺二代，他们尽管所学专业各不相同，却最终都选择投身纺织行业。绍兴锋行纺织品有限公司（简称“锋行针织”）总经理莫少锋便是其中的典型代表。这位刑事侦查专业出身的跨界者，将刑侦思维中的系统分析与风险预判能力创造性运用于企业经营，自2011年涉足针织印花领域开始，逐步构建起独具特色的战略发展路径。

作为锋行针织创始人，莫少锋将父辈的实干精神与刑侦专业赋予的决策优势深度融合。在市场中，他极具前瞻性，早早布局、规划运动市场；积极开拓海外市场，定制差异化经营重点；持续整合、学习纺织知识；制定陪伴式服务体系。正是凭借持续不断的革新与学习，锋行针织身处竞争激烈的市场中始终屹立不倒。

拓市之路：内外销同频共振

“运动彰显时尚魅力”不仅是印在锋行针织样板上的一句宣传语，更体现了其对运动面料市场的深刻理解。莫少锋分享道：“在我看来，运动面料会随着发展而逐渐走向时尚、专业、多样。当时，市场上专门为运动领域服务的品类极为稀缺，可我十分看好这个市场的发展前景，于是在2014年毅然决定让公司向运动针织领域转型。”

转型之路充满坎坷，起初运动面料市场并不活跃，但莫少锋没有丝毫退缩。他经过深入分析，逐步将业务重心从内销转向外贸，重新规划锋行针织的产品策略，把目光投向那些蕴藏巨大潜力和商机的国外市场。

莫少锋说道：“当时内销市场反馈平淡，可海外市场的需求量却十分可观。基于此，我们依据不同海外市场的需求，制定了差异化的经营重点。”据了解，锋行针织的海外市场广泛，覆盖欧美、中东、东南亚、日韩等地。针对欧美市场对环保的高要求，锋行针织高度重视绿色、环保理念，大力投入工厂的再生、回收等环保工艺研发，并且成功通过了符合欧美市场要求的标准测验。面对追求时尚和个性化的日韩市场，锋行针织则着重于提升产品的时尚度与个性化，为此对产品色系进行大规模扩充，部分热门面料款式的色系甚至增加到300多款。

得益于海外市场庞大客户群体提供的爆款数据支持，锋行针织在国内市场也成功抢占先机。在运动面料兴起之时，锋行针织大力推广企业的速干珠地、网眼布、弹力布等产品，迅速在国内市场站稳脚跟。

如今，锋行针织的外销和内销业务各占半壁江山。为了更好地满足市场对创新的需求，公司以国内夏季为关键节点，对创新和经营进行有重点的划分。莫少锋解释：“我们的面料主要用于制作篮球服、足球服等成衣，所以春夏季节是企业经营的关键时期。而后半年则主要致力于新产品的研发，不断扩充产品品类。”从转型的艰难抉择，到国内外市场的稳步开拓，再到如今的创新发展规划，锋行针织在莫少锋的带领下，不断在运动针织领域深耕前行。

进阶之路：学习赋能企业发展

在莫少锋的办公桌上，一本《不会带团队就得干到死》格外显眼。谈及这本书，他感慨颇深，坦言每天看到它都像被敲响了警钟，时刻提醒自己，作为团队领导者，只有持续学习、不断成长，才能引领团队走向更好的未来。

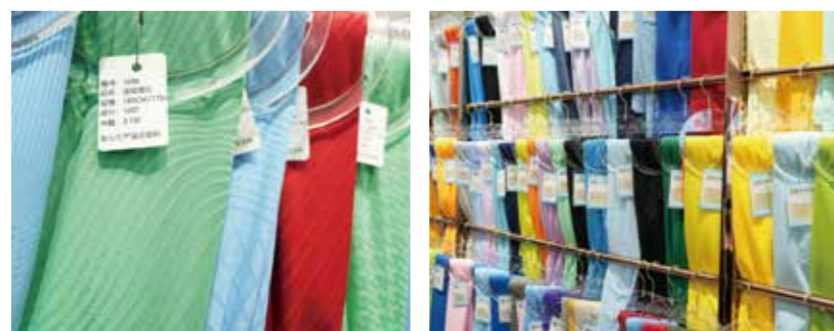
当下，市场环境竞争激烈，找布人数远超实际客户数量。莫少锋敏锐地察觉到，仅仅了解面料用途已无法满足产品介绍需求。“我们必须深入研究和了解面料的特性、质地，以及在不同应用场景下的表现。只有做到全面了解，才能为客户提供更专业、详尽的产品介绍，进而赢得他们的信任与青睐。”基于这样的认知，他将提升团队专业素养当作首要任务。

为了让团队能更好地适应市场需求，莫少锋推动团队开展常态化、规范化学习。在这个过程中，他发现队伍在专业化和知识化方面存在欠缺。为弥补这一短板，他主动承担起纺织知识收集和整合的重任，不仅广泛涉猎各类专业资料，还将收集到的知识系统整理后分享给团队成员。长期坚持下，他顺理成章地成为了公司的专业担当。

细节之处见真章。在采访过程中，一位找布小哥上门请莫少锋帮忙查看面料成分。莫少锋通过“摸、烧、看、闻、碰”五位一体的鉴别方式迅速展开分析，很快就确定了面料的主要成分，并精准地找到了样布。他向记者解释道：“在手感上，这款面料与涤纶极为相似，但又存在微妙差异，所以需要后面四个步骤进行验证。”从这件小事可见其深厚的专业功底。

莫少锋的成长与贡献不仅体现在专业知识的拓展上，在企业管理方面，他同样积极探索，做出了诸多精细化实践。他深刻认识到，合理的人员管理能极大提升团队效率，“我们对公司员工职能定位进行了细分，从原来的身兼数职转变为确定某一方向，这样员工定位更加明确。”

谈到未来规划，莫少锋表示，锋行针织将始终把质量首位、服务换位、学习每位的经营思路坚持下去，以客户需求为导向，持续提升品牌影响力。TA



Focus / 聚焦

2025 中国时尚面料设计大赛于柯桥启幕

■ 本刊记者_王耀祖

近日，2025中国时尚面料设计大赛在柯桥正式启动。作为连续多年的合作伙伴，柯桥与大赛深度协同，持续探索纺织面料设计的未来趋势，不仅引领行业变革、激发市场活力，更推动了时尚设计与科技创新、绿色发展的深度融合，成为记录柯桥纺织技术进步与设计潮流变迁的重要窗口。

据了解，本届赛事将历时6个多月，通过启动会、全国巡回推广、专家评审、颁奖典礼及静态展五大环节多维推进。其中，8月在柯桥举办的专家评审会是大赛核心环节，来自权威机构、专业院校、纤维企业、国际品牌等产业链各领域的专家评委，将从材料创新、文化表达、商业潜力三个维度，遴选出代表中国纺织未来趋势的标杆作品，为行业发展树立价值标杆。

值得关注的是，本届赛事延续了对环保与可持续发展的聚焦。自2024中国时尚面料设计大赛起设立的“优可丝®市场应用奖”“莱赛尔市场应用奖”，精准呼应全球绿色纺织趋势，引导行业在材料研发与应用中践行可持续理念。同时，大赛与柯桥共同设立的“中国轻纺城创新产品单项奖”紧密贴合地方产业需求，通过奖项激励加速柯桥纺织企业在产品研发、品质升级及品牌塑造上的跨越式发展，



柯桥与大赛深度协同，持续探索面料设计趋势。

为企业把握前沿趋势、开拓可持续发展路径提供了实践指引。

近年来，柯桥聚焦“创新引领”，深化产学研协同创新，通过政策引导纺企联合高校、科研机构共同开展新材料、纺织装备等技术项目的探索，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，大力引进时尚创意人才，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。

莱赛尔印花面料开发交流与产品展示对接会举办

近日，由浙江中国轻纺城集团股份有限公司、浙江省纺织面料设计协会主办的“莱赛尔印花面料开发交流与产品展示对接会”在中国轻纺城纺织新材料中心成功举办。本次会议聚焦莱赛尔棉印花的开发与应用，吸引了国庆纺织、浙纺纺织等市场优质经营户及企业代表50余人参与，共同探讨纺织新材料的创新路径与市场前景。

活动现场，赛得利产品开发销售经理刘松围绕“莱赛尔纤维面料开发路径及应用领域”进行主题分享，详细介绍了源自天然木浆的莱赛尔纤维的环保特性与市场潜力。永通印花总经理毛学泽则从生产工艺角度出发，分享了涡轮纺莱赛尔棉印花的最新技术与研发流程，为与会企业提供了宝贵的实践经验。

莱赛尔纤维兼具天然环保与高性能特点，符合当前消费升级趋势，随着消费者对时尚化、个性化的追求，“无印花不时尚”成为纺织行业共识，莱赛尔印花面料的开发应用，将带来可持续时尚新的经济增长点。对接会期间，永通印花展示了不同比例的莱赛尔纤维印花成品面料，让与会人员直观领略了其在柔软度、透气性、悬垂感及环保属性上的显著优势。

据了解，中国轻纺城纺织新材料中心自去年启动以来，始终致力于引入国际国内优质纺织新材料，通过整合先进纤维、纱线等资源，为市场经营户提供技术支持和供应链保障。本次对接会的成功举办，彰显了中国轻纺城纺织新材料中心在引领产业升级、促进科技成果转化中的重要作用，也为中国轻纺城市场经营户探索新材料应用提供了可借鉴方向。（唐小狄）



交流会现场。

两岸纺织科技协同，共探产业新路径

近日，2025海峡两岸纺织前沿技术发布与对接交流会在柯桥举行。此次活动由绍兴（柯桥）印染产业工程师协同创新中心携手多方共同主办，吸引了众多两岸纺织领域专家、学者及企业代表齐聚一堂，共同推动纺织与大健康产业深度融合。

会上，多项前沿技术成果惊艳亮相。亚洲大学特聘教授楼静文带来“纤维素纤维/丹参复合伤口敷料之制备技术及其特性评估”报告，介绍了天然植物抗菌敷料的研发进展，将中药材丹参应用于伤口护理，通过天然抗菌成分与纺织基材融合，实现伤口愈合与防护双重功效。中国台湾逢甲大学教授林佳弘在“功能性有机/无机复合导电包芯纱创新制备技术及其特性评估”报告中，阐述了导电包芯纱的制备工艺与性能优化路径，为智能穿戴设备提供更轻便、高效的解决方案。天津工业大学绍兴柯桥研究院翟世雄博士聚焦“纤维材料改性及生物染色技术的研究”，提出以细胞工厂为平台的生物染料开发思路，为纺织行业绿色转型提供新方向。

活动相关负责人表示，此次交流会是纺织产业协同发展领域一场极具借鉴价值的实践范例。未来，中心将持续开展技术共享、人才互通等活动，聚焦纺织前沿科技，积极探索纺织与大健康、人工智能、新材料等多领域的深度融合，为纺织产业蓬勃发展注入新动力。（边吉洁）

聚新赋能、强质增效，长丝织造产业高质量发展迈出坚实步伐

■ 中国长丝织造协会_夏焕 孔清 / 文

3月,中国长丝织造协会开展了历时三周的春季调研工作。调研过程中,企业普遍已经感受到关税政策带来的压力。调研同时发现,尽管面对多重压力,大家还是在积极应对,锻造内功,行业整体取得明显进步。

产业集群高质量发展卓有成效

(一) 传统产业集群攀高向新,实现焕新发展。一是高质量发展取得实效。近几年,传统集群聚焦“高质量”,集群企业在先进设备引进,多层厂房改造,数字化、信息化、智能化布局,精益化管理等各方面狠下功夫,集群长丝织造产业整体实现焕新发展,特别是在产品创新和关键技术突破等产业核心领域居全国领先地位。二是向好发展动力十足。面对新发展、新形势,集群政府和企业坚定初心,合力为产业发展赋能:一方面,集群政府积极在政策支持、企业服务、纾困解难等方面采取措施,努力营造优质的营商环境;另一方面,集群企业坚守行业,纵深布局,努力朝做大、做强、做优,向高、向新、向精等方向发展。

总体来看,传统产业集群在发展经验、人才资源、信息获取、贴近市场、产业配套等方面具有明显优势,集群高质量发展基础扎实。但地处东部沿海地区,土地等资源要素和环境要求日益趋紧,集群企业发展空间受限,逐步面临产业升级改造和延链发展成本高、难度大等困扰。

(二) 新兴产业集群锚定目标,发展势头更加强劲。在中西部地区政策的大力支持和行业自身优势的助力下,新集群干劲十足,进步明显。一是发展成果显著。经多年发展,新集群产业规模不断扩大,设备水平、产品档次明显提高,产业链配套更加完整,绿色发展基础扎实,取得显著成果,成为我国长丝织造产业的重要组成部分。二是发展势头强劲。政府大力支持产业发展,积极推动延链、强链、补链;企业有序规划自身发展,逐步进行提质、升级、改造。

新兴产业集群的综合运营成本相对较低、自然资源更加丰富、产业发展起点更高,产业有向好发展的潜力和空间。由于地处内陆,发展时间尚短,新集群现阶段在市场拓展、产业配套、信息交互、高水平研发及技术人才储备等方面也面临一定困难。

行业运行面临压力

据调研情况了解,长丝织造行业2024年运行总体稳健,企业基本满负荷生产,按预期完成目标。2025年一季度,市场行情整体偏弱,订单量有所减少,个别企业订单同比减少约1/3。但产品特色鲜明、规模较大的企业,生产特种产品的企业,或具有固定优质客户的企业,表现相对稳定,一季度订单基本与往年持平。

目前企业普遍反映的核心问题集中于盈利水平持续走低、产品定价能力薄弱和美国关税政策影响,具体表现为:一是常规产品“内卷式”竞争压力持续加大。新集群企业依靠规模化生产优势及地区生产成本差异,率先降价,挤压全行业利润空间。二是买方市场主导议价权。受经济形势影响,下游采购方库存压力加大,资金周转困难,不得不压迫织造企业降价,并延长付款周期。三是特朗普政府关税政策对企业利润也造成一定冲击。长丝织造产业覆盖服装、家用、产业用三大用途,全产业链出口规模较大,关税加重带来连锁反应,加剧企业经营困难。

面对以上问题,企业采取了积极的应对措施,对现有模式进行调整。一方面,探索运用数智技术,推动管理升级、流程再造、场景创新,加速培育和发展新质生产力。另一方面,持续进行差异化、特色化、功能化产

品创新,在增品种、提品质上不断发力,扩大高附加值、高技术含量的成品化产品体系,满足个性化、品质化、高端化的消费趋势。同时,企业也更加认识到产品服务对未来企业发展的重要性,积极提升服务水平,努力掌握市场竞争主动权。

企业深化战略转型,攻坚克难稳定发展

(一) 产品创新开辟增长新极。在当前日益激烈的市场竞争中,企业发展面临着诸多挑战。要在这样的环境中脱颖而出,实现突围,“产品差异化”策略成为了一种重要手段。本次调研,多数企业加快了产品结构优化,加大差异化产品研发比例,增加高附加值订单生产,以此来建立独特的市场竞争优势。

具体来看,本次调研的企业在产品创新上的三个亮点:

一是加大差异化、功能化原料应用。一方面,企业积极配备加弹、倍捻、复合、空包等丝线深加工设备,从原料端丰富产品种类,生产多品种差异化面料,提升市场竞争力,还有效抵御了市场跟风模仿风险。另一方面,企业积极选择防紫外线纤维,石墨烯改性涤纶、改性锦纶,抗菌防臭纤维等功能性纤维,从原料端赋予织物功能性,全面提升产品附加值,实现了功能、价格与品质的协同优化。此外,部分企业也积极联合上游原料企业,共同开发高性能特种长丝,通过上下游联动加速特种面料的研发与市场化进程。

二是高品质交织物备受青睐。本次调研,多家企业新增喷水织机,深度挖掘合成纤维与天然纤维、再生纤维素纤维等短纤和长丝进行交织的应用,生产满足各种需求的高品质交织物。目前来看,交织物在服装、家纺等领域备受欢迎,其产品可以充分发挥各种纤维的优良性能,并通过丰富的组织结构和加工工艺,呈现独特的光泽与纹理效果,展现出较强的市场竞争力。例如,一些用于运动服装的交织物,不仅面料时尚、手感舒适,而且透气性、耐磨性极佳,能够充分适应复杂的运动环境;家用领域的交织产品,如交织类床单、被套等,不仅触感柔软、舒适度极高,更在抗菌、防螨等大健康方面有了显著的提升。

有企业表示,新原料的应用也为交织物创新提供了新的可能,如防弹、防切割、防紫外线等高性能特种长丝的应用,拓展了交织产品在国防军工、航空航天等领域的使用范围,推动长丝织物向价值创造方向迈进。

三是功能性后整理技术快速发展。后整理技术是面料实现差异化、功能化、多元化最直接高效的方式。近年来,国内的后整理技术取得很大进步,企业通过在织物上浸轧功能性整理剂、物理机械表面处理、涂层、层压复合、覆(贴)膜等方法,极大拓展面料细分功能领域。例如,通过浸轧功能性整理剂赋予织物亲水、“三防”等功能,通过磨毛、起绒、轧纹、柔软等表面整理技术赋予织物特殊的外观和手感风格,通过涂层整理带来防水、透湿、防风、阻燃等功能,通过层压复合织物或者高聚合物薄膜等提升织物保暖性、防水透湿性等。其中,高性能薄膜在织物上的高效应用已经成为当前后整理企业的重要研究方向,有企业进行了工艺改进,实现了多功能薄膜与弹力织物的复合,面料达到弹性舒适、触感细腻、吸湿排汗的效果。

(二) 技术创新驱动产业升级。在高质量发展共识和“两新”政策推动下,行业大多数企业均有计划地进行设备更新与技术改造,实现效率跃升。

不少企业加速淘汰老旧设备、分批置换换新设备,主要是采购国外高端设备或国产先进设备,提升生产效率。新采购的织机大都配备共轭凸轮、电子多臂等先进开口机构,采用电子送经、电子卷取、电子双储纬器、永磁直驱电机及数字化电控系统等成熟技术,织机运行稳定高速,品种适应

性强,且更加节能环保。据企业反映,国产织机在保持效率和稳定性的基础上,正逐步向智能化和数字化迈进,织机数控系统在节能、减排、低耗和低碳方面也取得明显进步。国产织机的使用率正在逐步提高。除织造设备,不少企业还同步完善前道设备与后整理装备。本次调研中,很多企业同步配备加弹机,降低原料成本,提高产品研发自主性。

设备改造也成为企业提质升级的重要选择。对于影响织造效率和产品品质的设备,企业都在积极进行改造升级。例如,有企业通过深入研究引纬气流场,合理设计主喷嘴与辅助喷嘴的分组,进一步提高了喷水织机的运行速度;有企业使用配备六连杆打纬机构的喷水织机,织机运行速度、稳定性及产品质量有效提升;有企业采用整浆联合机,将整经与浆丝工序合并,省去了经轴储存、搬运、装卸工作,缩短生产流程。这些改进措施不仅使产品品质更加稳定,还有效优化了生产流程,降低生产消耗,提高生产效率。车间现场也更加整洁有序。

(三) 工业上楼盘活土地资源。随着土地资源日益紧张和产业发 展的高标准化要求,传统集群正在通过多层厂房建设实现生产空间集约化。一些企业积极探索“设备上楼”“工业上楼”模式,采用垂直化生产流程布局,优化空间资源配置,已实现多层厂房规模化应用,显著提升土地利用效率,为行业集约化发展提供范本。除了传统产业集群,新兴产业集群也十分重视土地容积率,号召当地的企业积极响应政策,建设多层厂房,目前部分新建的多层厂房已投入使用。

(四) 绿色发展彰显新质底色。绿色发展是高质量发展的底色,新质生产力本身就是绿色生产力。近年来,全行业持续优化节能降碳、节水减排措施,绿色化生产水平显著提升。

随着永磁直驱电机技术、车间LED节能灯照明系统、光伏发电、余热回收与再利用、太阳能集热技术、信息化管理系统等节能生产新技术在长丝织造行业中的广泛使用,全行业生产节能效果显著。有企业表示,自建光伏发电后,工厂1/3用电量源于自有光伏设施,实现年节电成本约20%—30%。节水减排方面,各集群在喷水织机污水处理及中水回用问题上充分重视并采取了相应的措施。从调研情况看,全行业污水100%处理,

无偷漏排现象,中水回用率达到80%以上,且有较好的回用效果。

除绿色生产外,企业还加速打造绿色产品,增加对再生涤纶、锦纶,原液着色纤维,生物基纤维等绿色纤维的使用比例。还有部分企业已完成或正在申请绿色制造体系认证,提升绿色竞争力,促进可持续发展。

(五) 管理创新赋能价值创造。数字化管理助力各环节协同高效。在国家大力发展工业互联网、推进智能制造的浪潮下,企业加快进行智改数转网联。越来越多的企业通过应用ERP、MES等可视化智能集成系统,实现生产工序实时监测、自动排产等,严格把控产品质量及员工效率。在此基础上,部分企业还实现有线向无线传输的跃迁,打造5G全连接工厂,显著提升工业数据交互速度;少数企业对客户订单、生产成本、产品质量、人员效率等数据进行深度挖掘,引入智能分析软件,推动决策智能化、科学化;有企业还构建了产品全生产流程的质量控制体系,实现停机原因、质量缺陷等关键信息的结构化记录,采集的数据信息更加全面完善。总体来说,云计算、大数据、互联网等技术与行业的有机结合,重塑了工厂的生产、管理场景。不过当前行业数字化转型呈现“单点创新多于系统集成”的特征,自动落布机器人、自动运输机器人、自动视觉验布系统等人工智能设备仍在探索中。

新模式有效提升服务质量。本次调研,有企业表示当前新产品研发投入与市场收益失衡。为解决这一问题,有的企业进行了反向客户筛选,保留了优质客户;有的企业对客户进行了分层管理,通过资源聚焦,有效提升服务质量;还有企业从单纯出售产品向出售“产品+服务”转变,提供全流程一站式主动服务,增加服务要素在投入和产出中的比重,此举在延伸和提升价值链的同时,也提高了客户黏性。

从当前市场环境看,行业运行面临着诸多的困难与挑战,但全行业应继续保持发展和进步,在产品创新、技术创新、管理升级、绿色低碳等方面持续发力。2025年《政府工作报告》就提振消费、改善民营企业发展环境、推动传统产业改造提升、加快制造业数字化转型、技能人才培养等方面提出了一系列与产业发展息息相关的政策措施。应对新挑战、完成新任务,企业要坚定发展信心,根据国家政策导向和自身情况努力把握发展机遇。TA

广告

绍兴柯桥国际纺博会
FK OIIM International Textile Expo

ufi
Approved International Event

2025 中国绍兴柯桥国际纺织品面辅料博览会(春季)
KEQIAO TEXTILE EXPO (SPRING), SHAOXING CHINA

2025.5.6-8
绍兴国际会展中心
(柯桥客运中心旁)

相约纺博 共享商机

纺织面料(辅料)、家用纺织品、创意设计
展会热线: 0575-81181389 85520065

原创性引领技术 + 低碳革命： UWA 新型染料全球首发

■ 本刊记者_董笑妍

在纺织印染行业深度拥抱“双碳”目标、加速向高端化迈进的关键节点，一场由中国企业主导的技术革命正悄然发生。4月10日，由蓬莱嘉信染料化工股份有限公司与青岛大学联合主办的“创新引领未来—UWA 新型染料全球首发”会议在山东省烟台市蓬莱区启幕，政府及行业领导、学术领袖、企业代表共同参与了这场科技创新盛会。会议当天，与会嘉宾还参观了山东嘉信建设现场、烟台嘉信厂区及蓬莱嘉信染料研究院。

据悉，UWA 新型染料尤其适用于涤纶、涤棉氨和涤棉面料一浴染色或一浴二步染色工艺，能够帮助印染企业大幅降低成本 30%—50%，同时提升产品品质一个等级。该产品经过了国家先进印染技术创新中心和下游客户验证，被称之为行业原创性引领创新，市场潜力巨大并将迎来爆发式增长。

见证科技实力，共话行业未来

科技创新是引领高质量发展的第一动力。本次会议上，多位领导专家从国家战略、技术趋势、产业升级等维度，为 UWA 新型染料的全球首发奠定了引领行业变革的基调。

中国工程院院士、武汉纺织大学校长徐卫林表示，染料的品质直接影响着纤维的染色效果和最终产品质量，在可预见的未来，染料行业将在纺织领域扮演越来越重量级的角色。蓬莱嘉信团队研发的新型染料，尤其是与高校合作的创新成果，在节能减排和多元化纤维染色方面具有重要意义。

针对企业未来发展，徐卫林提出三点建议：一是加强品种、品质和品牌建设，推动企业与品牌向高端化发展；二是深化与下游企业的合作，尤其是终端品牌客户，以市场需求为导向，提升染料在多样化纤维中的应用；三是强化标准引领作用，结合科技、绿色与健康理念，推动染料技术在国际竞争中占据优势。

“UWA 新型染料能够从源头满足印染企业开发高端户外面料、绿色低碳面料的需求，具有较强的市场竞争力和广阔的应用前景。”中国印染行业协会会长林琳表示，嘉信染料以技术创新和环保生产为核心，致力于开发高性能、低污染的染料产品，打造了嘉信品质和嘉信品牌。面向“十五五”，她希望嘉信染料继续加大研发力度、组织技术攻关，开发出更多更高性能、更加绿色，更符合印染行业需求的优质染料，更好地为印染企业提供精准的服务。

中国染料工业协会秘书长周永凯表示，UWA 新型染料在分子结构、应用领域、绿色转型和降低增效上成功突破。这一系列突破，



与会代表合影。

标志着嘉信染料彻底完成了从行业“追随者”到“定义者”的华丽转身，成为推动行业变革的领军力量。

多年来，嘉信染料持续在技术研发上发力，与众多高校和科研院所紧密合作，建立了“山东省新型染料创制与应用工程研究中心”和“烟台市工业设计中心”，汇聚了一批高素质的科研人才。正是这种对创新的执着追求，让嘉信染料取得了丰硕的成果。

原创性引领技术，定义行业新标杆

UWA 新型染料的发布，不仅是技术的突破，更是印染行业迈向高效、低碳、高品质的一座里程碑。会议通过产学研深度融合的视角，全方位展现了这一“原创性引领创新”的核心价值。

“当前，国际形势复杂多变，给中国企业带来了诸多不利影响。贸易壁垒提高，出口成本增加，市场竞争愈发激烈。在这样的大环境下，企业唯有依靠科技创新、实现技术升级迭代，才能在困境中突围。”蓬莱嘉信染料化工股份有限公司董事长张善生表示，正是在这种认知的引领下，嘉信染料与青岛大学通力合作，持续加大研发投入，针对高牢度分散染料缺陷短板，经过长期试验探索，推出 UWA 新型染料，在技术创新驱动下为开拓高端市场提供了新的契机。

青岛大学校长魏志强介绍，青岛大学与嘉信染料自 2016 年联合创新以来，已经获得了丰硕成果，尤其是“高耐碱高耐氧漂分散染料制备与应用关键技术”，获得了中国纺联科技进步一等奖。“本次全球首次发布的 UWA 新型染料，是两家共同努力的又一成果。我相信，该产品未来将成为行业的科技精品，支持并推动行业向着绿色、健康、科技的方向迈进，为纺织服装全产业链高质量发展作出新贡献。”

会上，东华大学博士生导师、国家先进印

染技术创新中心主任毛志平就 UWA 高性能染料工艺验证情况进行了说明。青岛大学与嘉信染料共同研发推出的 UWA 新型染料，是在研究了市场常规高牢度染料特点的基础上，针对其他常规高牢度分散染料染色 pH 值范围窄、氨纶丝不上色、染料不耐高温定型、无法实现涤棉一浴短流程染色、耐酸碱汗牢度差、泡水牢度差等痛点问题，通过对染料结构的优化设计，推出的全新高性能 UWA 新型染料。

经国家先进印染技术创新中心和客户使用验证，该产品具有染料 pH 值超宽、可染氨纶丝、耐高温定型、可实现涤棉一浴染色和免还原系等短流程染色、具有较好的耐酸碱汗牢度和泡水牢度等优点。

UWA 新型染料属于高水洗牢度分散染料，耐水洗牢度达到市面主流高水洗牢度分散染料牢度等级；UWA 新型染料具有染色 pH 值宽、耐汗渍牢度好、耐泡水牢度好、可染氨纶纤维、耐高温定型等应用特点，可更好地满足下游印染企业的订单需求；UWA 新型染料可用于涤纶织物一浴一步短流程染色，水、电、汽的消耗降低，节能减排效果显著，生产效率明显提高。印染企业可根据自身染色面料，结合 UWA 新型染料应用特点，切实改进优化印染工艺，提高生产效率，降低印染回修率，提高产品质量，降低印染成本。

会议期间，库尔勒市汇同泰印染科技有限公司副总经理曹辉跃、浙江创宇印染有限公司总经理刘圣虎、蓬莱嘉信染料化工股份有限公司应用技术总监姚年祥等多位企业代表分享了 UWA 新型染料的使用情况。

值得一提的是，UWA 新型染料的全球首发不仅是一场产品的亮相，更是一次行业变革的宣言。相信随着 UWA 新型染料的规模化应用，印染行业也将迎来更高效、更环保、更可持续的新时代。TA

打造新材料产业高地

年产 14 万吨石墨烯轻纺产业园一期项目落地德州

■ 本刊记者_陶红 文/摄

从年产 300 吨石墨烯材料的科技突破，到超 10 万吨高端纤维的规模化生产；从 13 条智能化生产线的高效运转，到千亿级产业集群的生态构建，德州用“硬核数据”诠释着“新质生产力”的深刻内涵。

4月13日，由山东省德州市陵城区政府大力支持、合弘企业管理集团投资、福锦祥石墨烯科技（山东）有限公司建设的德州年产 14 万吨石墨烯轻纺产业园一期项目开工活动在山东省德州市陵城区举行，项目正式驶入加工建设“快车道”。

政企联动，赋能“德州速度”

近年来，德州市委、市政府坚持把项目建设作为经济高质量发展的生命线，全力抓项目、扩投资，深入推进“三个一批”，大力优化营商环境。陵城区则始终坚持“项目为王”的理念，抓政策、抢机遇，优环境、落项目，经济社会发展活力倍增。

2025 年，陵城区 10 个项目列入省级重点项目库；21 个工业技改项目入选省导向重点技改项目目录；13 个项目入选省现代服务业重点项目库；9 个地方政府专项债项目顺利通过国家审核……各类项目数量均位居全市前列。作为招引大项目、好项目的生动缩影，石墨烯轻纺产业园项目总投资 60 亿元、规划占地 1200 亩，着力打造石墨烯轻纺产业生产、双创、孵化等 3 个基地。该项目建成后，将进一步优化陵城区产业结构，推动产业集群发展。

“石墨烯轻纺产品产业园项目是中国纺织行业科技、时尚、绿色发展战略的生动实践。”作为项目建设单位代表，福锦祥石墨烯科技（山东）有限公司代表孟英介绍了项目情况。

孟英表示，石墨烯轻纺产品产业园项目不仅是一个单纯的工业项目，更是陵城纺织业迈向高端化、智能化、绿色化的战略支点。项目建设后，将形成“石墨烯—石墨烯功能纤维—石墨烯混纺纱线—石墨烯功能面料—下游终端产品”全产业链技术发展路线，将推动陵城从“中国棉纺织名城”向“世界石墨烯轻纺之都”的跨越，通过“龙头企业+产业链配套”模式，随着石墨烯轻纺产业园二、三期的陆续建设，预计将培育吸纳至少 200 家中下游企业集聚，形成千亿级石墨烯轻纺产业集群，构建陵城区产业发展新生态，项目达产后积极履行社会责任扩大当地人员就业，助力当地经济建设高质量发展。

孟英表示，相信在各级党委、政府的领导下，在社会各界的关心支持下，德州石墨烯轻纺产品产业园终将成为中国乃至全球纺织业高质量发展的璀璨明珠。

近年来，德州市委、市政府全力抓实招商引资工作，聚力大项目、好项目开展招商集中攻坚，项目招商、项目建设迈出坚实步伐。陵城区作为全市经济发展的主战场，聚焦“项目建设突破年”主线，以数字经济、生物医药、高端装备制造等产业为引领，先后落地了一批投资体量大、科技含量高、产业配套强、拉动作用大的优质项目。今年以来，陵城区新开工项目 22 个，总投资 147 亿元。石墨烯轻纺产业园项目的开工是陵城区抢抓项目建设的又一重大成果，必将为县域乃至全市产业升级、推动高质量发展注入强劲动力。

重构产业生态链，新材料赛道再添引擎

石墨烯被誉为“新材料之王”，是未来产业竞争的核心领域。德州年产 14 万吨石墨烯轻纺产业园一期项目于 2024 年 12 月 22 日由合弘企业管理集团与德州市陵城区政府正式签约以来，得到地方政府大力支持，陵城区以最优营商环境，推动项目“早开工、早投产、早达效”。

该项目一期建设占地 129856.49 平方米；厂房建筑占地 71818 平方米，总建筑面积 195315 万平方米，建筑容积率 1.5；一期投资 16 亿



开工活动预示着该项目正式驶入加工建设“快车道”。

元。其中，基建投资 4.8 亿元；设备投资 9.25 亿元，涵盖办公楼、7 栋生产厂房及配套库房、配电室等设施，规划建设 13 条石墨烯纺织材料生产线。包括：年产 2 万吨（氧化）石墨烯水分散液生产线；年产 1 万吨石墨烯 DTY 涤纶长丝生产线；年产 1 万吨石墨烯 FDY 涤纶长丝生产线；年产 1 万吨石墨烯 POY 涤纶长丝生产线；年产 1 万吨石墨烯 DTY 锦纶长丝生产线；年产 1 万吨石墨烯 FDY 锦纶长丝生产线；年产 1 万吨石墨烯 POY 锦纶长丝生产线；年产 2 万吨石墨烯涤纶短纤生产线；年产 2 万吨石墨烯锦纶短纤生产线；年产 2 万吨石墨烯丙纶短纤生产线；年产 1500 吨石墨烯面膜型水刺无纺布生产线；年产 3500 吨石墨烯通用型水刺无纺布生产线；年产 5000 吨石墨烯针刺絮片填充棉生产线。

该项目涵盖石墨烯材料研发、轻纺产业链延伸及配套服务全体系，建成后将成为国内规模领先、技术先进的石墨烯轻纺产业基地，将形成年产 300 吨石墨烯、超 10 万吨高端纤维材料的产能规模，预计年产值 51.8 亿元，投资回收期仅 2.5 年（不含建设期），为地方经济高质量发展注入强劲动能。

作为全国重要的纺织产业基地，德州市陵城区通过技术创新、集群发展、政策支持等多维度举措，推动纺织产业向高端化、智能化、绿色化转型，成为区域经济增长极。近年来，陵城区纺织产业以差别化纱线和土工合成材料为核心，形成了全国最大的差别化纱线产业集群，并积极推动数字化转型，依托鲁北大数据中心和工业互联网平台，全区规模以上企业智能化覆盖率达 90%，实现设计、生产、销售全流程数字化管理。

在产业集群建设上，陵城区拥有全国最大的土工合成材料生产基地，通过“融链固链”行动，推动产业链与创新链深度融合；在政策支持方面，政府通过争取超长期国债、技改专项贷款、盘活闲置土地等举措，为企业提供资金和用地保障；在区域品牌建设上，陵城区获“土工合成材料生产基地”“山东省特色产业集群”等称号，并计划以绿色化、数字化、高端化为方向，推动纺织与新材料、新能源跨界融合，建设千亿级产业集群，并依托京津冀协同发展示范区承接产业转移，进一步强化区域辐射能力，多措并举，加速从传统制造向创新驱动的现代化纺织产业高地迈进。

石墨烯轻纺产业园的落地标志着德州在新材料领域迈出坚实步伐，实现“从 0 到 1”的突破。随着二期、三期项目的梯次推进，一个集“研发—生产—应用”三位一体的石墨烯轻纺生态圈加速成型，“德州造”石墨烯面料或将织就全球产业链新图景。TA

走近中国纤维 系列报道

上海德福伦：“差别化+”织就纤维产业新图景

■ 本刊记者_郭春花

在竞争激烈的商业世界里，但凡能取得成功的企业，都有自己独特的地方。上海德福伦新材料科技有限公司也不例外，它靠科技手段，坚持走“专、精、特、新”的差别化发展之路，持续深耕差别化聚酯新材料，成为国内差别化涤纶短纤维领军企业之一。

近日，其防透抗紫外循环再利用聚酯纤维成功入选桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026，这一殊荣不仅是对德福伦技术实力的肯定，更是其在差别化纤维领域不断探索与突破的有力见证。

从基础研发到市场服务，全产业链创新体系塑造独特优势

上海德福伦诞生于 2003 年，是由上海纺织（集团）有限公司对创建于 1966 年的国内首家涤纶短纤维专业生产企业——上海第十化学纤维厂进行搬迁与投资改造而来，承载着厚重的历史底蕴与蓬勃的创新活力。多年来，它凭借卓越的实力与不懈的努力，先后斩获国家级“专精特新”小巨人企业、国家火炬计划重点高新技术企业、国家级“绿色工厂”等殊荣。

当谈到差别化涤纶短纤维领军企业这个称号时，上海德福伦品牌管理办公室主任郝聘认为，这是公司多年来精心打造的从基础研发到市场服务的全产业链体系的功劳。

德福伦公司拥有一套完善且高效的研发体系和流程。公司设立了多个研发基地和中心，为公司的研发工作提供了坚实的硬件支撑。在研发模式上，公司采用了“协同创新”的开放式合作模式，和很多科研院所合作，搭建起了一座座连接学术和产业的桥梁。在研发过程中，公司特别重视技术改造和设备投入，每年投入的研发费用占同期销售收入的比例不低于 5%，确保产品能够实现柔性化、多样化生产，为产品创新提供了硬件保障。同时，公司还积极推动“政产学研用”协同创新，整合产业链上下游资源，带领各方力量共同推动技术升级和产品创新。

以入选桐昆·中国纤维流行趋势 2025/2026 的防透抗紫外循环再利用聚酯纤维为例，在研发前，研发团队对市场需求和技术发展进行了深入调研，为产品研发明确了方向。但研发过程并不顺利，遇到了诸如如何在纤维中均匀分散纳米功能粉体等很多技术难题。研发团队充分利用多方资源，成功攻克了这一难题，为公司发展注入了新动力。

小批量、定制化、高附加值，为行业提供差异化发展范式

作为国内差别化涤纶短纤维领域的领军企业之一，上海德福伦目前拥有四条国内先进的聚酯短纤维纺丝后处理柔性化生产线，除生产常规纤维以外，主要生产细旦、异型、改性、功能、有色、生物基等六大类涤纶产品，并以公司名称的首字作为系列名推出了德系列、福系列、伦系列、原液着色丰彩系列四大纤维，广泛应用于各类服饰、家纺、高铁、国产飞机、品牌汽车和世界高端游艇布原料等领域。

多年来，德福伦的创新实践对中国纤维产业的升级产生了多维影响：一是通过绿色技术体系推动全产业链减排，助力国家“双碳”目标实现；二是以功能化产品拓展了化纤在非纺织领域的应用，如宇航服、游艇内饰等，提升了产业附加值；三是通过产学研合作加速技术转化，带动行业整体创新能力提升。德福伦公司虽规模有限，但其“小批量、定制化、高附加值”模式为行业提供了差异化发展范式。

以绿色纤维为例，德福伦积极响应国家绿色发展号召，将可持续发展理念贯穿于品牌成长的每一个环节，在产品全生命周期中引入绿色研发、绿色工艺，采用 100% 生物基、100% 可降解、循环回收再生等的绿色原料，



展会上，观众对差别化纤维表现出浓厚兴趣。

研发了咖啡炭聚酯纤维、原液着色再生聚酯纤维、生物基 PTT 纤维、葆莱聚乳酸纤维、PLA/PHBV 共混纤维、可降解 PGA 纤维、可降解聚酯纤维、全生物基聚酯纤维等，引领现代纺织业进入了无污染的低碳时代。

今年 3 月，德福伦与合肥利夫生物科技有限公司强强联合，成功量产 BioFleax PEF 纤维，该纤维以 100% 非粮生物质为原料，通过闭环循环系统实现全生命周期碳减排，较传统材料降低约 50% 碳排放。此外，公司开发的生物基 PLA 纤维以可降解特性著称，为纺织品的可持续生命周期管理提供了创新方案。

在功能性纤维领域，德福伦研发了涵盖抗菌、阻燃、防紫外线、蓄热保温、远红外等多功能产品体系。例如，“银、锌双复合抑菌聚乳酸纤维”和“绿地纶阻燃循环再利用聚酯纤维”入选中国纤维流行趋势，广泛应用于航空、高铁等高端领域；高效蓄热保温纤维通过吸收光能和反射人体热量实现“主动式”储能，显著提升冬季服装的保暖性能。2024 年，公司联合绍兴惠群开发的“超高 TiO₂ 含量 PET 短纤”突破全消光织物性能瓶颈，解决了高端防透面料依赖进口的问题，而与国际前沿接轨的呋喃基聚酯 PEF 短纤研发项目则推动了生物基材料的产业化进程，填补了国内技术空白。

这些创新成果不仅满足了市场对高性能、差异化纤维的需求，还引领了行业技术方向。

发力三端，让纤维创造更多可能

随着科技的日新月异，纤维材料领域正以前所未有的速度朝着绿色环保、功能性强化、智能化升级和可持续性发展等方向持续迈进创新之路。为顺应这一系列变革趋势，郝聘表示，上海德福伦公司正从技术研发、产业链协同合作及市场拓展三大维度全面发力，积极布局未来。

技术研发层面，公司坚定不移地强化绿色制造技术的研发与应用，致力于构建全链条的绿色闭环体系，实现生产过程的零污染、零排放。产业链合作方面，德福伦公司精心构建了从前端原料供应到终端应用市场的快速响应机制，成功将产品应用领域从传统纺织行业拓展至高铁内饰、宇航服制造、游艇装饰等高端市场。市场拓展上，德福伦公司创新性地采用“订单式服务+前瞻式研发”双轮驱动策略，根据客户的个性化需求提供定制化产品解决方案，精准对接市场变化，有效巩固并提升市场竞争力。

在可持续发展战略的引领下，德福伦公司计划进一步扩大环保纤维的生产规模，依托国家级专精特新“小巨人”企业的技术优势与品牌影响力，积极推动纤维材料行业向高端化、差异化方向转型升级，引领行业绿色发展新风尚。TA

波司登高德康参加 2025 苏州苏商大会

共话发展蓝图，共谋创新未来

■ 陈墨 / 文

近日，苏州春意盎然，以“苏州最舒心，同心创未来”为主题的 2025 苏州苏商大会盛大举行。来自海内外的千余位苏商代表齐聚一堂，共话桑梓深情，共商发展大计。波司登创始人、波司登集团董事局主席兼总裁高德康受邀参加盛会，与海内外苏商代表共话发展蓝图，共谋创新未来。

作为从苏州成长起来的国民品牌，波司登始终扎根苏州创业发展，坚守羽绒服核心主业，连续 30 年蝉联中国市场销量第一，产品畅销全球，赢得超 2 亿人次的信赖与选择。凭借卓越的经营绩效与创新实力，企业名列中国民营企 500 强、中国制造业民营企业 500 强，波司登品牌价值达 1075.82 亿元，蝉联品牌金融 (Brand Finance) “全球服饰品牌价值 50 强”，上榜世界品牌实验室“世界品牌 500 强”，在国际舞台上展现了苏州制造、中国品牌的实力与魅力。

“我们波司登是在苏州创业发展起来的，我们深切感受到苏州这片创业沃土‘舒心’的营商环境。”高德康在接受采访时表示，从政策的全方位支持到高效的政务服务，从完备的产业链到活跃的创新生态，苏州开放包容、务实创新的城市精神，为本土企业的创新发展带来了底气和信心。

创新是高质量发展的核心引擎。近年来，在数字变革的浪潮中，苏州全力支持企业将人工智能等新一代数字技术与传统经营模式深度融合，推动企业数字化转型。波司登以人工智能技术深度重构传统制造模式，加快发展新质生产力，实现了以消费者为中心的数字化“研产供销服”全链路协同。同时，肩负起链主企业的使命担当，带动上



波司登坚守羽绒服核心主业，产品畅销全球。

下游企业协同转型，携手推动苏州制造向全球价值链中高端迈进。

大会期间，苏州发布了《苏州市 2025 年优化营商环境行动方案》《关于加快集聚青年人才的若干措施（试行）》，推出了苏州市“百万人才新增计划”“百校千企联盟”“百亿人才基金”，以高效服务赋能企业，用开放生态链接世界，为企业家打造了“如鱼得水”的创业生态。

高德康表示，苏州对企业家以“家人”相称，让其倍感温暖。大家将深入学习贯彻习近平总书记在民营企业座谈会上的重要讲话精神，大力弘扬新时代企业家精神，坚守品牌引领，创新驱动绿色发展，探索以 AI 人工智能技术，赋能企业高质量发展，激活传统产业新质生产力，向世界讲好中国品牌故事。在这座充满着梦想、创新和记忆的城市，书写中国品牌引领全球时尚的精彩篇章。TA

开启可持续发展新纪元

丝丽雅集团 T2T 废旧纺织品循环再利用中试生产线正式投产

■ 苏密 / 文

4 月 7 日，“循环再生 绿色时尚——开启可持续发展新纪元”丝丽雅 T2T 废旧纺织品循环再利用中试生产线投产仪式在四川丝丽雅纤维科技有限公司举行。中国工程院院士、东华大学教授孙以泽，canopy 全球影响力总监 Tamara Stark，达利国际董事总经理（中国）林典誉，丝丽雅集团党委书记、董事长胡波等领导嘉宾出席仪式。

作为国内纺织行业领军企业，丝丽雅集团始终践行绿色低碳循环可持续发展理念，不断完善废旧纺织品原材料分类回收、化学法清洁制浆和再生产品推广渠道，形成废旧纺织品制回收浆、再生纤维和纱线的一体化循环经济制造模式。此次 T2T 废旧纺织品循环再利用中试生产线正式投产，标志着丝丽雅集团成为全球唯一一家实现了废旧纺织品全产业链高值化循环再利用的规模化企业，彰显了丝丽雅集团在可持续发展和循环经济领域的重要成果与创新理念，有力推动纺织行业低碳化、绿色化转型。

仪式上，Tamara Stark 表示，丝丽雅集团 T2T 项目是推动循环经济发展的重要一步，探索原材料多元化和非木源解决方案，采用回收纺织材料的做法，对保护森林完整意义重大，在推动循环利用方面展现出了卓越的领导力，canopy 十分感谢丝丽雅集团所发挥的引领作用，并为能将其作为 canopy 的合作伙伴而感到自豪。

林典誉表示，T2T 项目投产是行业的重要里程碑，丝丽雅、canopy 和达利的携手合作，为纺织行业可持续发展提供了创新解决方案，实现了时尚产业环保闭环，希望通过三方合作共赢，激发协同效应，以实现更美好的时尚。



与会嘉宾见证生产线正式投产。

胡波对各位领导嘉宾一直以来的关心支持表示衷心感谢。他提到，本次 T2T 项目投产是产业链上下游紧密合作的成果，为推动我国废旧纺织品回收利用迈上新台阶、助力纺织行业绿色低碳发展作出了积极贡献。下一步，丝丽雅集团将致力于加快项目生产，深化产业链和品牌端合作，优化原料分拣和回收浆制备技术，与各界合作伙伴携手推进废旧纺织品回收利用产业化进程，引领纺织行业新时尚。

在与会人员的共同见证下，胡波宣布丝丽雅 T2T 废旧纺织品循环再利用中试生产线正式投产，与会领导嘉宾共同启动项目投产按钮，印有“时不我待下一代方案就在此刻！NEXT GEN NOW！”字样的 canopy 赠旗缓缓升起，象征着国际环保组织对丝丽雅集团绿色发展举措的充分肯定。TA

大数据逆向牵引的 服饰设计转型与生态演进

北京服装学院_宋扬

面对数字技术深度演进的时代背景，设计学科正处于方法论革新的关键阶段。海量异构数据的指数级增长与跨领域资源的系统性整合，不仅拓展设计认知的疆界，更推动设计理论体系的结构变革。传统工艺智慧与数字文明之间的创造性张力，催生设计技术认知方式的代际差异，进而重构创新能力的生成逻辑与作用机制。

在数字化设计方法论转型的影响下，设计实践呈现出显著的二元对立特征：一方面，数据驱动型设计师通过大数据分析技术实现时尚趋势的量化挖掘，运用生成式人工智能算法生成海量设计原型，并借助参数化建模工具完成用户需求的精准匹配。另一方面，经验导向型设计师则因传统创作方法的路径依赖，持续面临设计迭代效率低下与市场响应迟滞的结构性困境。

这种实践模态的分野，实质上反映了设计方法论从经验直觉向数据智能的系统性演进。朱伟明教授等撰写的《数智服饰设计模式研究》，从学理层面揭示了当代服饰设计领域中不确定性特征与供需结构性失衡的内在机理，为构建基于大数据交互的服饰设计价值闭环系统提供了理论框架与方法论路径。

一、数据驱动设计的鲜明学术观点

在大数据技术革新的推动下，服饰设计正从个体的技能驱动转向群体的数据驱动，数据价值在服饰设计领域展现出巨大潜力。本书的核心价值在于其突破了传统设计研究的单一视角，通过解构“数据黑箱”的运作机制，揭示了大数据如何赋能设计创新。作者批判性地分析了“信息茧房”对设计师创造力的束缚，更提出了基于数据交互的设计思维模型，为打破经验依赖、实现科学化创意生成提供了方法论支持。尤为可贵的是，该书并未停留于技术层面的探讨，而是深入构建了“服饰大数据交互设计体系”，整合消费行为、社交媒体、市场动态等多维数据，使设计决策从主观经验转向客观分析，体现了鲜明的跨学科特色。

立足大数据时代服饰设计的业态重塑，该书并未局限于技术工具的简单移植和孤立的技术应用案例堆砌，而是基于设计学的本体论视角，探究数据智能与设计创新的深度融合机制，形成了“数据采集—分析建模—设计生成—市场验证”的完整研究链条。理论探索与实践验证的紧密结合，不仅丰富了设计学与数据科学交叉领域的方法论体系，更通过可复用的分析框架与工具模型，为行业提供了操作指南与评估体系，能够直接赋能企业的数字化转型实践，具有显著的现实指导意义。

二、数据逆向牵引的创新设计思想

大数据技术引领服饰设计模式的结构认知转变，推动设计流程从设计师经验驱动转向数据逆向牵引，实现精准需求预测与个性化创作的多维交织。该书的突出贡献在于其构建了一套系统化、可落地的数据驱动设计方法，系统解构大数据技术与服饰设计思维的交互机制，创新性地建立了“数据—设计”双向转化理论模型。作者通过构建多方面的服饰大数据分类体系深入阐释数据要素向设计语言转化的内在逻辑，形成了涵盖电商女装、跨境电商和人工智能等典型场景的协同实践框架，深入探求数据驱动

设计的本质问题，为大数据时代的服饰设计范式转型提供了重要的理论支撑和方法指引。

本书通过多角度实证分析，深入揭示了服饰设计数字化转型的内在规律与发展路径，特别是对设计创意生成、产品迭代优化等关键环节的数据赋能机制进行开创性探索，实现了数据科学与设计美学的结构性嵌合，拓展了设计学理论的研究疆域，以阿里巴巴、极睿科技和凌迪 Style 3D 等产学研实践为案例验证了其应用价值，推动了服饰产业链各环节的生态化融合。

三、设计生态视域的系统研究方法

多学科交叉等设计现象重新诠释数智服饰设计内涵，艺术与科学的结合赋予服饰设计更多的发展可能性。该书立足于科学与艺术的交叉视角，从科学角度进行数据驱动，从艺术角度进行感性驱动，两者综合获得有限感性下的设计策略和设计方法，共同构建多维度的设计创新生态系统，为设计学与数字技术的前沿交叉研究提供了新的理论支点。

本书首次提出了“点—线—面—体”的创新结构，系统构建了从微观用户行为到宏观市场趋势的全景式研究体系。在数据维度上，实现了从“点”级（用户单次浏览点击行为）、“线”性（跨平台全链路消费轨迹）、“面”状（动态设计知识图谱）到“体”系（智能匹配预测模型）的递进式数据融合。作者突破了传统经验主义局限，开创性地建立了数据驱动与设计感性的对话机制，在服饰设计领域实现了量化分析与创意表达的协同创新，打造了动态演进的设计知识体系，为数字化服饰设计提供了系统化的方法论支撑。

四、结语

在大数据时代的背景下，多学科之间的交叉融合、跨领域之间的深度合作和设计师职责的相互重叠等新兴设计现象，正在改变传统的设计观念和模式。设计师不再局限于单一的专业领域，而是需要掌握多学科的知识 and 技能，以适应复杂多变的设计需求。多元化的设计趋势不仅打破了传统服饰设计的界限，更将艺术与科学紧密地结合在一起，为服饰设计领域注入前所未有的创新活力。本书在坚守设计学人文价值核心的同时，创造性地融入了数据科学的严谨方法，以跨学科视角重新阐释现代服饰设计的本质内涵，通过创新理论框架和系统化研究路径，开创性地提供一份从“完全感性”到“有限感性”转变，由“设计手感”向“数据手感”转化的有限理性服饰设计方案。TA



产业用纺织品的纤维原料 和产品结构设计

江苏鹰游纺机有限公司_赵菲 卞刚 毕雪

产业用纺织品作为技术纺织品的重要组成部分，已广泛应用于建筑、交通、环保、医疗、农业等多个领域。尤其科学技术的发展及应用需求的增加，对产业用纺织品提出了更高的标准。它既要具备一定的构造形式，又要适应应用环境的复杂变化。本文根据产业用纺织品的不同构造类型，探索其原材料选用的原理，并对结构设计进行理论和实践研究，为相关领域在产业用纺织品中的研究和开发奠定理论和技术基础。

产业用纺织品的结构种类

产业用纺织品具有多种组织形态，包括机织物、经编针织物和衬纱织物、纬编织物和衬纱织物，非织造织物、编织物、复合织物等。机织物采用经、纬两种纱线相互交错，具有较好的稳定性；针织物由纱环相连，弹力强、拉伸性能好；非织造织物是通过纤维进行直接编织和增强，制造过程具有柔性；编织物能够构成一种特殊空间形式的3D 立体结构；复合织物能综合各种织物的优势，以更好适应各种复杂应用的要求。

产业用纺织品的纤维原料

产业用纺织品的纤维原料应根据产品使用环境和使用条件相应进行选择。当前选择纤维原料时重点考虑的内容基本包含下列方面。

1. 温度环境适应性。在选用纤维原材料时，应首先考虑其对气候的适应能力。在各种应用条件下，其耐热特性各不相同。在极高温度或较低温度下，对其力学性质的要求是：不发生熔融、软化或脆化现象。如炼钢和玻璃制造等在较高温度条件下需要使用陶瓷和石英等纤维；但在极地考察和冷藏运输等较低温度的条件下，需要选用具有较高温度耐性的纤维，如一些特殊的人造纤维或经特别加工的天然纤维。

2. 力学性能和耐久性。在选用纤维材料时，应将其作为一项主要的力学特性来加以考虑。在各种场合下，纤维的拉伸、压缩、剪切、弯曲、撕裂、断裂等特性，以及它们的弹性和抗疲劳特性都有各自的需求。如在民用建筑及加固等方面，要求选用高强度高模量的纤维，如芳纶、碳纤维等。因此要针对不同的应用场合，选用相应的抗老化和抗降解性能纤维材料。

3. 特殊性能和生理相容性。在对基本的力学性能和温度环境等方面有一定的需求之外，还需要纤维材料具有一定的物理、生物相容性。在电子、通信等领域为保证织物的正常工作与安全，必须选用具有防静电、防电磁辐射等特性的原料。在医学上要求医用纺织品必须无毒无害与人体细胞相容，所以要选用一些生物相容性好的人造纤维或经过特殊处理的天然纤维。并可按具体要求选用具有防紫外线、防火、防水、抗菌等特性的特种纤维。

产业用纺织品的结构设计

1. 过滤用纺织品的结构设计。针对过滤介质的颗粒尺寸、密度、形状、化学性能等特点，对过滤介质进行适当的孔结构与形貌调控。喇叭型滤孔是一种新型的过滤器，其特殊的结构可以使液体在经过过滤器时产生漩涡，增大液体和过滤器的接触面，从而实现提升过滤效果的目的。另外喇叭型滤孔的结构设计也有利于滤渣的分离、减小阻塞，从而将过滤周期延长。采用聚四氟乙烯（PTFE）纤维和玻璃纤维等抗

高温纤维，可以使滤材在高温条件下具有较好的抗腐蚀能力，并防止其在较高温度下发生形变和破坏。在此基础上将活性炭、分子筛等材料引入到纤维材料中，实现对典型有毒气体（VOCs）、重金属离子等的捕集与脱除，拓展其应用领域。

2. 纤维增强复合材料的基材设计。为满足高强度高模量的要求，采用高性能纤维材料，如芳纶纤维和碳纤维等。研究表明，在基材设计中，纤维的排布方式、含量及其与基底之间的粘结状况是决定其综合力学性能的关键。采用单向排列、交叉排列或编织组织等方法对排列方式进行改进，使纤维具有更好的强化作用。适当地调控纤维的含量，能有效解决因过度添加而造成的生产难度及生产成本上升等问题。在此基础上通过表面处理和偶联剂等方法，进一步提升复合材料与基材之间的界面粘结，实现复合材料的综合性能优化。

3. 土工增强纺织品的结构设计。为了保证土壤结构的稳定，必须具有加固地基和承受正应力产生的横向拉力能力。要实现这个目的，织物必须具备一定的抗张、耐刺破能力。此外具有较好的渗透、反渗透能力也是土工增强纺织品所必需的。透气性好可以让水在织物内自由地流通，有利于有效进行排水，减小水压对织物的作用。反滤层具有阻止泥土和沙粒移动、损失的作用，使土壤具有较好的结构性。

4. 河堤岸快速封岸成形材料的设计。为了实现水泥砂浆坝岸的快速形成，成形材料需要使用特种纺织机械和高强度的纤维原材料。特种纺织机械可以保证各类型纤维在不同方向上均匀分布，并使材料相互间的配合更加严密，从而改善织物的总体力学性能和稳定性能。而高强度的纤维原材料具有很好的拉伸和韧性，可以抵抗河流的冲蚀和水土流失。另外河堤岸快速封岸成形材料要求具有较强的塑性、粘附性，便于在工地上迅速成型及养护。通过对其组成及制备技术的研究，使其具有较好的力学性能，实现降低工程建设工期、增强防灾减灾作用的目的。

5. 成形机件的结构设计。网球拍、高尔夫球杆等成形机件的结构设计，对材料材质的机械特性及稳定性提出了非常高的要求。由于具有高强、重量轻的特点，碳纤维织物已成为此类部件的优选补强。采用3D 立体织造技术，可以使碳纤维织物具有各种不同的形态与结构，同时发挥其机械特性的优点。另外填料的选用及成型技术对机械部件的使用也有很大的影响。选用适当的基体，能有效填补碳纤维布间的间隙，改善机械结构的强度与刚性。精密的制造技术能保证零件的外形，延长零件的使用寿命并提高稳定度。另外三维织造技术还可以提高机械部件的抗扭、耐折性能，从而使得机械部件在工作时更为平稳、精确。

6. 特殊功能纺织品的结构设计。此外，尚有某些特定用途的纺织品需要进行专门的结构设计。比如，为了抵抗枪弹的穿刺效果，防弹服的外壳多采用高强度高模量纤维，如芳纶纤维、超高分子量聚乙烯等。而在内层则要采用软质的吸能物质，例如海绵、特殊织物，用来吸收并分散弹头的动能。通过对每一种材质及构造进行合理设计，使其实现最佳的防弹性能。此外还需要合理构建具有良好导电网络结构的抗静电织物，消除因静电积聚而造成的伤害。这一点一般采用传导材料覆盖在光纤的表面上或嵌入导电纤维来完成。

总之，不同的结构形式和纤维原料选择直接影响着纺织品的性能与应用效果。因此，合理的结构设计是实现特定功能和应用需求的关键。TA

春市营销微势推升 价格指数环比微涨

20250414 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20250414 期纺织品价格指数收报于 103.81 点，环比上涨 0.02%，较年初下跌 0.69%，同比下跌 1.10%。



中国轻纺城春市营销微势推升，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比下跌，服装面料市场布匹价量环比上涨，家纺类产品成交价量环比微跌，服饰辅料价量环比下跌。

原料行情环比下跌，涤纶环比下跌，纯棉纱稳跌互现

据监测，本期原料价格指数收报于 86.19 点，环比下跌 0.24%，较年初上涨 6.96%，同比上涨 4.40%。

聚酯原料环比下跌，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 4285 元/吨，环比下跌 615 元/吨；MEG 主流 4330 元/吨，环比下跌 213 元/吨；聚酯切片市场报价环比下跌，江浙地区有光切片现金或三月承兑 5550 元/吨，环比下 500 元/吨；无光切片现金或三月承兑 5530 元/吨，环比下跌 510 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交环比回缩，价格环比下跌，POY 报价 6475 元/吨，环比下跌 350 元/吨；FDY 报价 6800 元/吨，环比下跌 325 元/吨；DTY 报价 7850 元/吨，环比下跌 300 元/吨。涤纶长丝市场在上游聚酯原料下跌、供应相对充裕以及需求疲弱的多重压力下，行情继续下行。

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 6310 元/吨，环比下跌 455 元/吨。萧绍地区涤纶短纤市场价格环比下跌，实单成交环比下降，下游采购环比下滑，市场交易气氛环比回缩。纯涤纱市场报价稳跌互现，32S 纯涤纱报 10650 元/吨左右，环比下跌 400 元/吨；45S 纯涤纱报 17150 元/吨左右，环比持平。

纯棉纱价格稳跌互现，人棉纱行情价稳量跌。近期，纯棉纱收报于 107.80 点，环比下跌 0.45%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比回缩，价格稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16410 元/吨，环比持平；普梳 32S 纯棉纱报价 21200 元/吨，环比下跌 220 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元/吨，环比持平。国产纯棉纱原料价格稳跌互现，实单均可议价出货，贸易商及纺纱厂加快出货流转，批量性实单价格竞争激烈，报价前必须了解当前实际价格。染厂订单仍以薄型织物为主导，小批量订单占主体。

近期，粘胶短纤原料价格环比下跌，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 13230 元/吨左右，环比下跌 180 元/吨。粘胶短纤成本端表现一般，场内交投活跃度一般，业者多持谨慎观望态度，粘胶短纤市场价格仍以弱势下跌运行。下游人棉纱企业按需补货，需求仍没有起色，行情依旧弱势，价格基本稳定。30S 人棉纱价格报 17400 元/吨左右，环比持平；40S 人棉纱报 18500 元/吨左右，环比持平。

坯布行情环比回缩，价格指数环比下跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 107.68 点，环比下跌 0.72%，较年初下跌 9.68%，同比下跌 7.63%。

近期，坯布市场营销环比回缩，连日成交呈现环比下跌走势，坯布厂家订单环比下降，坯布价量环比下跌。其中：化学纤维坯布指数收报于 103.10 点，环比下跌 1.58%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶纺坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比下跌。混纺纤维坯布收报于 103.48 点，环比下跌

0.27%，T/C 涤棉纱坯布、涤棉府绸坯布、涤粘坯布、涤麻坯布、锦棉麻坯布市场价量环比下跌。

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 110.22 点，环比上涨 0.29%，较年初下跌 5.53%，同比下跌 5.97%。

本期服装面料类价格指数环比上涨。近期，中国轻纺城面料市场服装面料销售环比推升，春季面料下单环比增加，夏季面料下单环比增长，对口客商入市认购逐日推升，服装面料价格指数环比上涨。其中纯棉面料、麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、粘胶面料、涤棉面料成交价量不等量上涨，拉动服装面料价格指数环比上涨。

本期功能面料价格指数收于 109.36 点，环比上涨 0.08%。其中：吸湿性能面料指数收于 118.48 点，环比上涨 0.04%；防风性能面料指数收于 103.18 点，环比上涨 0.45%；阻燃性能面料指数收于 103.54 点，环比上涨 0.03%；防静电性能面料指数收于 103.65 点，环比上涨 0.32%。

家纺市场环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.67 点，环比下跌 0.06%，较年初下跌 1.18%，同比下跌 1.64%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，家纺市场行情环比回缩，整体市场价格环比微跌。其中：工程窗纱收报于 102.43 点，环比下跌 1.06%；提花窗帘收报于 101.07 点，环比下跌 0.01%，拉动家纺类总体价格指数环比微跌。

市场行情环比回缩，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 112.14 点，环比下跌 0.21%，较年初下跌 14.43%，同比下跌 13.13%。

本期服饰辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场服饰辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。其中：带类收报于 122.58 点，环比下跌 0.04%；花边收报于 175.69 点，环比下跌 0.60%；窗帘布带收报于 109.35 点，环比下跌 1.89%；窗帘花边收报于 101.16 点，环比下跌 0.39%，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小升走势。4 月中旬，因部分贸易商和织造厂家创新产品订单将有所增加，后市春夏季面料供给将有所推升，春夏季面料现货成交和订单发货将局部小增，织造企业开机率将环比推升，印染企业产出将环比小增，预计创新产品认购踊跃度将环比增加，整体市场成交将呈现震荡小升走势。☑

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



中国纺织服装大数据中心

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

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

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

- 数据采集和整合
- 数据存储和计算
- 数据分析和挖掘
- 数据展示和应用

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



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

商务合作：
中国纺织工业联合会信息化部

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

(以上数据来源于企业)