

纺织服装周刊

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

2026.7.6 | 第24期 | 总第1272期





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

2026.11.20-24

中国·上海·国家会展中心

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

商业平台 引领亚洲

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

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



官方网站



拥有者



中国国际贸易
促进委员会纺
织行业分会



中国纺织
机械协会



中国国际展览
中心集团有限
公司



CEMATEX
欧洲纺织
机械制造
商委员会



北京泰格斯特
国际展览展示
有限公司

协办单位



ITMA Services

合作协会



日本纤维
机械协会

桐昆·中国纤维流行趋势
TONGKUN · CHINA FIBERS
FASHION TRENDS

2027/2028



Product Collection
产品征集中



www.fiberstrends.com

主办单位:

中国化学纤维工业协会
东华大学
中国棉纺织行业协会
桐昆集团股份有限公司

联系方式:

中国化学纤维工业协会市场推广部

联系人: 王永生 17710368286

杨涛 18310112292

邮箱: ccfa_ft@vip.sina.com

地址: 北京市朝阳区朝阳门北大街18号



扫描二维码
下载附件申报表



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

总编助理 郭春花

采编中心

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

产业推广中心

总监 吕 杨
副总监 罗欣桐
主任 雷 蕾
王振宇

市场运营中心

总监 赵国玲
主任 王 利
记者 边吉洁
王耀祖
唐小狄

行政管理中心

总监 崔淑云
副总监 黄 娜

办公室

主任 刘 萍

财务部

主任 崔淑云(兼)
主任助理 张 艳

融媒体中心

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

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: 台湾纺织网

承印: 北京威德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、博视网、龙源期刊、万方数据以数字化方式复制、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

三条世界级产线集中投产！
30 余纺织服装品牌上榜中国 500 最具价值品牌榜单
盛虹石化携手霍尼韦尔发布操作导航智能决策系统

08

关注 Attention

赓续红色血脉 激扬实业担当

10

特别报道 Special

非遗 + 毛织，将织出怎样的产业未来？

12

柯桥·中国轻纺城专版 China Textile City

从精准投入看柯桥纺企降本增效变化
守与变之间，织出剪花面料品牌之路
“双馆联动”重塑展贸生态

16

毛纺 Industry

全球毛纺力量齐聚大朗，共话产业未来发展

18

化纤 Industry

多方合力搭建“优品纤选”，打通绿色莱赛尔全产业链路

19

展会 Exhibition

从观展到参展，这家羽绒新锐为何青睐 APTEXPO？

20

观察 Observation

新疆纺企如何以资源筑基谋新程？



22

品牌 Brand

同心同行再出发

24

集群 Cluster

苏鄂携手，打通产教融合与产业协同新路径

26

指数 Index

市场营销略显回缩 价格指数环比微跌



刘 萍

《纺织服装周刊》社长

“精细化”出海时代到来

这个夏天，一股超级热浪席卷欧洲。酷热之下，以空调为代表的中国产品成为当地居民口中的“避暑神器”，在欧洲各大商场“一机难求”。1至5月，中国向法国、荷兰、比利时的空调出口额同比均翻倍增长。

中国空调何以受到追捧？有媒体援引用户评价说：“它精准解决了一连串欧洲家庭再真实不过的问题。”原来，针对当地不能破坏建筑外立面、安装费用高等难题，中国企业推出的移动分体式空调无需打孔、安装方便、节能降噪，一举脱销走红。

如今，从新能源汽车、智能手机、茶饮、潮玩到以希音为代表的服饰产品，从“造得出”到“供得快”，扎实的产业稳定性构成了中国制造风靡海外的硬核支撑。

出海的不只是产品、不只是品牌，还有产业链的全球化配置。5月底，纺织贸促会与针织协会联合组织纺企赴越南调研，发现近年来中企在越投资金额与项目数量快速上升。例如，青岛即发集团在越南已构建起庞大的跨国产能，形成了“全产业链垂直整合”与“超大规模化运营”，目前3个海外工厂的员工达1.3万人。越南工厂设有面料印染与成衣厂配套，实现了部分面料自给与当地采购相结合，有效解决了海外建厂的供应链配套难题。

中企在越南的发展不仅提升了当地的制造标准，也带动了越南本土服装企业的成长。拥有5000名产业工人的LGG集团，是优衣库、VF的核心供应商，年营业额达2亿美元。凭借柔性快反与质量管控，赢得了优衣库免检资格，并实现12天极速交付。其与波司登合作的全空调车间干净整洁，自动化吊挂线高效运转，俨然一个井然有序的现代智造空间。

纺织服装产业的发展高度依赖海岸线及国际贸易规则，目前中国的产业转移则主要是由于品牌订单倒逼驱使。对于许多大企业来说，其全球化布局已形成模式，即前道的研发，包括面辅料仍然高度依赖国内，将大型服装工厂设置在东南亚国家做后期配套。而在“小单快反”趋势下，中小企业找到自己的细分赛道，再利用智能化改造、设计研发升级、增加产品附加值等来保持柔性供应链可能是更好的选择。

应该说，中国能力的全球化是未来20年中国经济的重大战略机遇。但中国能力的全球化并不是能力的平移，而是原有能力与本土化条件结合后，形成一种更具融合性的新能力。换言之，中企出海不仅是能力外溢，也是能力的深化与优化。对于纺织企业而言，出海拼的是产业链整合能力、数字化能力和精细化管理的内功，而非单纯的产能规模。

以精益管理为利刃，通过优化生产流程、强化本地化运营，走出一条工贸一体化的高质量出海道路，这必然是一个长期主义的知识与技能进化过程。以“生产性创新+不断提升本地化管理运营水平”为主旋律，中国企业精细化出海时代已经到来。

View point / 产经看点

1至5月份，全国规模以上工业企业实现利润总额31439.6亿元，同比增长18.8%，较1至4月份加快0.6个百分点。

——国家统计局

最新税收数据显示，今年以来，我国具身智能产业发展向好，1至5月具身智能产业企业销售收入同比增长22.4%。

——国家税务总局

《关于推动工业互联网高质量发展的实施意见》提出，到2030年，工业互联网核心产业增加值突破2.5万亿元。

——工业和信息化部

6月份，我国制造业采购经理指数（PMI）为50.3%，比上月上升0.3个百分点，重返扩张区间。

——中国物流与采购联合会

7月1日，新版《数据管理能力成熟度评估模型》国家标准正式实施，这是我国数据管理领域应用最广泛、认可度最高的基础性国家标准，将帮助企业建立和评价自身数据管理能力，充分发挥数据价值。

——经济日报



纺织服装周刊
微信公众号



纺织服装周刊
微信视频号



纺织机械
公众号



纺织 120S
微信视频号



纺织服装周刊
今日头条号



纺织服装周刊
网易号



纺织服装周刊
新浪微博

三条世界级产线集中投产！ 中国建材碳纤维全谱系产业化能力跃上新阶

6月28日，中国建材在连云港举行高性能碳纤维生产线投产活动，集中展示三条“全球最大”碳纤维生产线，以实际行动献礼建党105周年。

江苏省副省长、党组成员沈剑荣指出，江苏将全力支持碳纤维产业发展，推动产业上下游构建常态化对接交流机制，打造专业开放共享的创新平台，实施关键技术攻关和应用示范项目，形成一批具有示范带动作用的标志性成果。

国务院国资委科创局副局长孙少斌指出，加快实现碳纤维自主可控并向高端迈进，是国资央企共同的使命任务。国务院国资委高度重视碳纤维产业高质量发展，部署系列专项工作，指导中央企业成体系、成链条突破碳纤维产业发展堵点、卡点。此次三条产线成功投产，标志着我国碳纤维产业水平和规模再上新台阶。希望中国建材配齐优势资源、拿出过硬举措，高标准建设、高质量运行，以本次新产线投产为新起点，持续巩固高端碳纤维领域技术、产能双重领先优势，牢牢守住关键核心材料自主安全的生命线，以实干实绩回报国家重托、不负人民期盼。

中国建材集团党委书记、董事长周育先表示，碳纤维作为重要的战略性新兴产业，是破解关键领域“卡脖子”瓶颈、夯实制造强国根基的关键支撑。此次投产，标志着我国碳纤维产业迎来“技术+产业”双领先、“高端化+规模化”双跃进的全新里程碑。依托在苏形成的高端新材料、基础建材、工程技术服务与非金属矿等完整产业集群，中国建材将持续深化与江苏省的全方位合作，聚焦科技创新、产业供应链强链补链固链、绿色低碳发展等重点领域，全力支持中复神鹰做强做优做大，加快打造具有国际竞争力的世界一流碳纤维企业 and 专业领军企业，坚决落实制造



此次投产的三条产线构建起全球最大“高强—高模—大丝束”碳纤维产品矩阵。

强国、材料强国战略部署，为实现高水平科技自立自强贡献力量。

连云港高性能碳纤维生产基地于2023年6月启动建设，占地1500亩，计划投资60亿元，设计产能3.1万吨，规划十条全能线，此次投产的三条产线构建起全球最大“高强—高模—大丝束”碳纤维产品矩阵，市场覆盖广、投资见效快、技术标准新。第一条线是全球最大年产1000吨SYT70(T1100级)高强碳纤维生产线，精准适配航空航天轻量化与大承载性能的尖端需求；第二条线是全球最大年产5000吨SYT45S-48K碳纤维生产线，可广泛应用于风电、新能源汽车等工业领域，提供高性价比的材料支撑；第三条线是全球最大年产600吨M40级以上高模型生产线，服务深海深地深空、竞技体育器材、3C电子等领域，提供高刚性、高精度的材料选择。项目秉承“绿色化、高端化、数智化”理念，首批生产线试运行一个月，初步实现投产即达标，以稳定充足的优质产品回馈市场信任与期待。(综编)

30 余纺织服装品牌 上榜中国 500 最具价值品牌榜单

6月24日，第23届世界品牌大会在北京召开，世界品牌实验室正式发布《2026中国500最具价值品牌》分析报告。本届上榜品牌总价值达45.29万亿元，同比增长7.76%，入围门槛提升至50.89亿元，头部千亿级品牌扩容至146家，中国品牌整体资产含金量持续走高。纺织服装行业共计30多个品牌入围榜单，涵盖原料制造、成衣生产、运动服饰到家纺全产业链，行业已经告别低成本代工标签，转向技术创新、文化赋能、绿色低碳、全球化运营四重驱动的高质量品牌发展新阶段。

纺织服装类上榜品牌有鄂尔多斯、恒力、魏桥、波司登、劲霸男装、柒牌、安踏、悦达、传化、李宁、雪中飞、海澜之家、雅鹿、三房巷、荣盛石化、北极绒、桐昆、太平鸟、361°、上海丝绸、水星、嘉欣丝绸、莫代尔、健将、骆驼、特步、真维斯、艾莱依、梦洁、森马、歌力思、瑞贝卡、蕉下Beneunder、探路者、巴拉巴拉、Ubras等。

据统计，纺织服装类品牌入选规模位居全部行业前五位。其中千亿级品牌有鄂尔多斯、恒力、魏桥、波司登、劲霸男装、柒牌、安踏、悦达，撑起行业品牌基本盘。

值得一提的是，世界品牌实验室今年首次将AI影响力指数纳入评估体系，较高的AI影响力说明品牌在AI生态中具备更高的话语权和传播度。(郝杰)

教育“十五五”规划发布， 纺织服装教育迎来改革新机遇

日前，国务院正式印发《教育发展“十五五”规划》，提出到2030年，教育强国建设取得显著成效，高质量教育体系基本建成。

作为支撑纺织服装产业转型升级的人才根基，全国纺织服装类高等教育与职业教育将迎来一轮全方位变革。《规划》明确提出专业设置紧密对接产业链、推进交叉学科建设、搭建行业产教共同体，为纺织服装教育适应产业数字化、绿色化、高端化发展划定清晰路线，打通人才培养与产业需求之间的壁垒。

《规划》提出健全高等教育学科专业设置调整机制，鼓励支持高校超常规布局急需学科专业，优化提升传统学科专业，全面提高学科专业设置适配度。对于纺织服装教育而言，这意味着传统老旧专业将进行优化提升。

中国工程院院士、武汉纺织大学党委书记徐卫林指出，当前我国纺织产业正加速向高端化、智能化、绿色化和跨界融合方向发展，对复合型、创新型人才的需求日益迫切。破解高校人才培养与产业需求之间的结构性错位，关键在于以产教融合为抓手，通过校企协同、平台共建、师资互聘、资源共享等方式提升人才培养质量。

中国纺织工业联合会副会长李陵申表示，面对新形势，人才是第一资源，创新是第一动力，应进一步优化人才保障体系，推动企业深度参与教育体系建设，完善行业人才评价机制，搭建高层次复合型人才培养平台，以人才支撑纺织强国建设。(郝杰)

盛虹石化携手霍尼韦尔 发布操作导航智能决策系统

近日，盛虹石化携手霍尼韦尔，推出国内石化行业首个操作导航智能决策系统。这一系统的发布，标志着盛虹石化在工业人工智能与核心生产场景深度融合方面，完成从单点智能场景向全流程智能决策体系的跨越式进阶。

据了解，此次全新发布的操作导航智能决策系统，由霍尼韦尔与盛虹石化联合共创、落地验证，是双方深耕石化行业数智化领域的重磅创新成果。系统立足盛虹石化丙烷脱氢（PDH）装置真实复杂生产工况，深度融合霍尼韦尔前沿数字化技术与盛虹一线生产运营经验，成功实现技术研发、场景适配、落地应用的全闭环突破。

区别于传统工业自动化系统仅聚焦基础控制执行的功能局限，经测试验证，可实现装置自控率100%全覆盖、人工操作频次降幅50%以上，装置平稳率和产品收率显著提升，内操人员定编减少30%，能耗与物耗节约量可观，仅蒸汽消耗一项，每小时最多可降低6.5吨，每年节约成本超千万元。

发布会上，盛虹石化和霍尼韦尔还联合发布了《操作导航：从经验驱动到自主运行》行业白皮书，将PDH装置的落地实践转化为全行业共享的知识资产与转型范本，为国内流程工业数字化、智能化升级提供了可落地、可推广的实践路径。同时，双方在仪式上签署了智能化及操作导航智能决策系统推广应用战略合作框架协议。(吴天)

深耕功能性运动服饰赛道， 必迈体育冲刺 A 股主板上市

近日，北京必迈体育股份有限公司IPO申请获深交所主板受理，吹响登陆资本市场的号角。必迈体育是一家运动品牌运营企业，业务涵盖跑步鞋、其他运动鞋，以及运动服饰、运动配件产品的设计、开发、生产及销售，并开展品牌运营及渠道运营业务。

必迈体育依托“自有品牌必迈+美津浓独家运营”双品牌布局，在功能性运动服饰研发、面料技术、场景化产品开发上持续深耕，以专业跑步服装为重要增长曲线，有望借助上市募资进一步完善服饰产品矩阵，补齐面料研发与供应链短板，改写国产专业运动服装市场格局。

长期以来，市场对必迈的认知集中于专业跑鞋，而跑步服饰已经成长为公司第二大核心品类，与跑鞋形成鞋服一体化配套。

必迈体育此次拟募集资金15亿元，用于品牌建设与营销推广项目、综合运营服务中心项目、智能化产业园建设项目。品牌拓展项目将加快公司线上线下渠道的融合发展，提升公司在货架电商及社交电商平台等渠道的曝光度，并进一步完善公司的线下销售网络的建设。综合运营服务中心项目将重点投入研发与信息化建设，筹建具备生物力学分析及数字化评估能力的创新测试中心；同时，优化销售、研发、库存及用户行为等核心数据链路，实现全业务链条的深度协同与高效整合。智能化产业园建设项目旨在提升公司对产品的柔性供应及研发测试能力。通过建设智能化生产线，可增强公司“短交期、小批量、快迭代”的柔性供应能力。(郝杰)

广告

纺织旗舰盛会
实力领航未来

intertextile
SHANGHAI apparel fabrics

中国国际纺织面料及
辅料(秋冬)博览会

2026.8.25 – 27
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

纺织强国建设
Strategy 2035

ITC

messe frankfurt



官微订阅号

赓续红色血脉 激扬实业担当

纺织服装企业以多彩活动献礼建党 105 周年

■ 本刊记者 _ 陶红

为庆祝中国共产党成立 105 周年，纺织服装企业集中开展红色主题系列活动，以实干姿态诠释行业“永远跟党走”的坚定信念，通过表彰先进、红色研学、专题党课、文艺展演、走访慰问等多元形式赓续红色血脉，持续推动党建与生产经营、科技创新、绿色转型、人才培育深度融合，全面展现纺织行业坚守实业、忠诚向党、勇担民族产业振兴使命的时代风采。



纺织服装企业开展红色主题系列活动，展现勇担产业振兴使命的时代风采。

盛虹控股集团： 讲授专题党课，召开表彰大会

为热烈庆祝中国共产党成立 105 周年，6 月 30 日，盛虹控股集团党委组织召开“两优一先”表彰大会。

盛虹控股集团党委书记、董事长缪汉根以“坚持党建引领 夯实发展根基，为中国式现代化建设贡献盛虹力量”为主题讲授专题党课。他围绕“四个结合”，部署了下一阶段集团党建工作。一要把党建与业务相结合，把准企业发展方向；二要把党建与管理体系优化相结合，形成企业发展合力；三要把党建与作风建设相结合，塑造风清气正的职场文化；四要把党建与人才培养相结合，构建人才储备体系。

鄂尔多斯集团： 红心永向党，奋斗赴山海

为庆祝中国共产党成立 105 周年，鄂尔多斯集团党委把党建根脉深度嵌入企业发展肌理，深入践行“四个先行一步”示范引领，13 个党委、8 个党总支、92 个党支部，1956 名党员，织密红色组织网络，构筑坚不可摧的战斗堡垒。

依托“三会一课”、主题党日、专题研学搭建线上线下一体化红色课堂，集团持续筑牢全体党员的思想认同、政治认同、实践认同。以党建带群团，红色引擎持续发力，集团荣膺“内蒙古慈善奖”，13 个基层党支部获评鄂尔多斯市级“坚强堡垒”支部，针织一厂团支部获评 2025 年内蒙古全区五四红旗团支部……面向未来，集团将进一步强化党建引领，推动党建工作与生产经营同频共振，把党建优势转化为企业在高质量发展赛道上的核心竞争力。

大生集团： 展示党建成果，发布攻坚项目

6 月 27 日，大生集团召开庆祝中国共产党成立 105 周年暨党建成果展示会，同步纪念中共南通独立支部在大生纱厂成立 100 周年。大会集中检阅“立岗建功·书记领航”项目成效，表彰“两优一先”先进典型，并发布年度攻坚项目。

大生集团党委书记、董事长包卫东指出，站在新的历史方位，全体党员干部要答好“传承”与“发展”的时代问卷。他强调，全体党员干部要深刻领悟大生文化的时代内涵，它不仅是墙上的标语，更是张謇企业家精神、红色基因、工匠精神与家国情怀的集中体现。他要求，支部书记要当好“文化宣讲员”，让“求实、创新、敬业、奋进”的大生精神落地生根。

红豆集团： 以延安精神引领企业攻坚发展

值中国共产党成立 105 周年之际，6 月 29 日，红豆集团党委书记、董事局主席周海江在红豆集团晨会上，面向全体党员干部讲授“七一”专题党课。

周海江表示，全体红豆党员干部要以“越是艰险越向前”的勇气，坚定不移“听党话、跟党走，走正道、走大道”，以延安精神四个维度为引领：以坚定正确政治方向明发展立场、以解放思想实事求是定发展标准、以全心全意为人民服务立发展初心、以自力更生艰苦奋斗塑发展作风，在新时代长征路上推动红豆集团高质量发展，让延安精神放射出新的时代光芒。

魏桥创业集团： 嘹亮歌声尽显新时代产业工人风采

6 月 30 日，魏桥创业集团庆祝建党 105 周年合唱歌咏晚会在魏桥创业剧院举行。广大干部职工齐聚一堂，以嘹亮歌声礼赞党的百年征程，唱响爱党、爱国、爱企时代主旋律。

活动现场歌声激荡、氛围热烈，一曲曲承载红色记忆、镌刻时代印记的经典红歌轮番唱响。《没有共产党就没有新中国》《保卫黄河》《祖国不会忘记》等红色曲目铿锵有力，带领现场观众重温革命峥嵘岁月；《党旗飘扬的方向》《让党旗高高飘扬》《向往》等歌曲情感真挚，抒发了广大党员听党话、跟党走的赤诚之心；《咱们工人有力量》《我们是魏桥创业人》等曲目激昂奋进，尽显新时代产业工人的奋进风采与实干担当。

达利丝绸： 党建引领织锦绣，实干奋进启新程

“七一”来临之际，达利丝绸党委举办各种活动庆祝中国共产党成立 105 周年。组织全体党员在党旗前重温入党誓词；达利丝绸党委书记林平讲授融丝路文脉与时代使命的专题党课；匠人以绫罗为纸、经纬为笔，创作红色丝织文创，寄情锦绣礼赞盛世。

千年丝路承文脉，一寸丹心向党旗。企业以党建铸匠心，将春蚕奉献精神融入产业发展，全体达利人坚守赓续红色薪火，以丝业初心耕耘新时代复兴之路。

桐昆集团： 赴贵州遵义开展红色研学

六月，桐昆集团党委组织各支部 650 余名党员开展了“迎‘七一’”系列红色研学活动，大家循着革命先辈的足迹，赴贵州遵义，重点参观了遵义红军烈士陵园、遵义会议陈列馆。在历史与现实的交汇处追寻初心，在山河与岁月的见证中汲取力量。

历史是不断向前的，长征永远在路上。“团结、拼搏、务实、创新”的桐昆精神，是企业四十余年穿越周期过程中提炼总结的宝贵经验和精神财富，它和长征精神讲述的是同一个道理，再难的路，只要人心齐、步子稳，就一定能闯过去。

恒力集团： 沉浸式党建主题活动重温百年红色征程

6 月 30 日，恒力集团庆祝建党 105 周年红色光影创演大赛暨“七一”表彰会在恒力（苏州）产业园举行。活动以表彰先进树立实干标杆，以红色光影演绎百年党史，将党建引领与实业报国深度结合，打造一场兼具榜样力量与红色温度的沉浸式党建主题活动。

恒力集团党委书记卢堃发表讲话并现场宣读 2026 年度表彰决定，对过去一年扎根生产一线、冲锋攻坚前沿的优秀党员、党员模范岗、党员先锋岗及先进党支部予以肯定和表彰。随后，“经典重现 信仰有声”红色光影创演大赛正式拉开帷幕后。来自苏州地区的 12 个党支部组建参赛队伍，以红色经典影片片段为载体，融合党史解读、岗位感悟进行原创创演，创新形式重温百年红色征程。

永荣控股集团： “七一”主题党建活动激发前进力量

为庆祝中国共产党成立 105 周年，永荣控股集团党委于 7 月 1 日组织开展了“七一”主题党建活动。集团党委书记陈飞带领全体党员重温入党誓词，铿锵有力的誓言回荡在会场。随后，对“优秀党员”“优秀党务工作者”进行了表彰，激励全体党员以他们为榜样，奋勇争先。党建顾问董光忠讲授党课，为全体党员带来深刻的指导与启示。

陈飞在讲话中指出，大会恰逢建党 105 周年、红军长征胜利 90 周年及“十五五”开局之年，意义重大。他提出三点要求：一是要认清党建引领民企发展的意义；二是党员要实干争先，抓好理论学习，党务工作者要建强队伍；三是要勇担使命，以高质量党建护航企业长远发展，鼓励党员为企业发展贡献力量。

康赛妮集团： 传承“四渡”精神，永葆奋进初心

初心熠熠跟党走，红色薪火代代传。近日，康赛妮集团党支部组织全体党员走进电影院，开展“传承‘四渡’精神，永葆奋进初心”庆祝建党 105 周年主题党日活动。全体党员在浓厚的红色氛围中接受精神洗礼、汲取奋进力量。全体党员集体观看革命历史影片《四渡》，沉浸式重温红军长征途中四渡赤水峥嵘岁月，深刻感悟革命先辈不畏艰险、忠诚担当、出奇制胜的伟大长征精神。

安徽华茂集团： 以基层党建引领企业发展

6 月 28 日，安徽华茂集团党委在总部大楼集会庆祝中国共产党成立 105 周年，表彰先进，凝聚干事创业强大合力。安徽华茂集团党委书记、董事长、总经理倪俊龙带领新党员宣誓，老党员重温入党誓词，筑牢信仰根基、砥砺实干初心。

倪俊龙指出，面对新形势新任务，各级党组织要持续强化党的全面领导，不断加强党的理论武装，坚持党建引领、坚持理论学习、坚持强基固本，坚持以德为先，巩固提升基层党建工作质效，以高质量党建保障公司高质量发展。

悦达纺织： 红色实境教育铸魂高质量发展

为庆祝中国共产党成立 105 周年，6 月 27—28 日，悦达纺织公司党委组织党员干部代表赴南京开展红色实境教育，在重寻红色印记中感悟初心，砥砺前行。

6 月 27 日，党员干部先后走进总统府、梅园新村纪念馆、渡江胜利纪念馆，沿着革命先辈奋斗足迹，重温波澜壮阔的革命历程；6 月 28 日，党员干部来到雨花台烈士陵园开展现场学习教育，苍松翠柏间，烈士纪念碑庄严肃穆。悦达纺织公司党委书记、董事长凌良仲代表公司党委向革命烈士敬献花篮，全体人员肃立默哀，深切缅怀革命先烈的丰功伟绩。随后，面对鲜红的党旗，全体党员高举右拳，重温入党誓词。TA



纺织非遗是提升产业价值的重要资源。

非遗 + 毛织， 将织出怎样的产业未来？

第十届纺织非物质文化遗产大会在东莞大朗举办

■ 本刊记者 _ 王利

六月的大朗，荔枝红满枝头，织机律动八方。当传承千年的纺织非遗遇见全球知名的毛织产业集群，会碰撞出怎样的火花？当古老的织造智慧融入现代产业体系，又将织出怎样的纺织未来？

近日，第十届纺织非物质文化遗产大会与第二十三届中国（大朗）毛织产品交易会、第 95 届国际毛纺大会在东莞大朗同期举办。第十届纺织非遗大会作为 2026 消费名品全国行重点活动之一，由中国纺织工业联合会与大朗镇人民政府共同主办，以“非遗共生 织创未来”为主题，聚焦纺织非遗与毛织产业双向赋能，设置主题大会、非遗服饰主题大秀、纺织非遗项目展示等丰富多元内容，并实地探访大朗本地优秀毛织企业，参加地方非遗项目传承体验活动，邀请全国各地纺织非遗传承人、行业专家、高校学者及产业代表参会，推动纺织非遗文化基因与现代毛织产业深度融合，促进文化遗产与产业升级。

工业和信息化部消费品工业司二级巡视员邓小丁，文化和旅游部非物质文化遗产司发展处副处长岳青；中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲，副会长杨兆华，中国纺织工业联合会专家咨询委员会委员曹学军、孙淮滨；广东省文化和旅游厅一级巡视员吴华钦，东莞市人民政府副秘书长刘琼，东莞市文化广电旅游体育局副局长殷柱华，大朗镇党委书记董铁等领导出席主题大会。

● 高屋建瓴，明晰非遗未来航向

当非遗保护进入“活态传承”的新阶段，如何找准与产业融合的战略方向？

邓小丁指出，推动纺织非遗活态传承与创新转化，既是传承中华文脉的必然要求，也是培育纺织行业新质生产力、构建现代化产业体系的重要路径。东莞大朗是全国闻名的毛织产业重镇，拥有完整的产业链

条和深厚的产业积淀，本次大会落地大朗，将纺织非遗与毛织产业深度绑定，推动传统技艺与现代设计理念、市场消费需求精准对接，既是对非遗活态传承模式的创新探索，也是对纺织产业转型升级路径的生动实践，必将为全国纺织非遗与产业融合发展提供宝贵经验。

结合纺织行业发展趋势和本次大会主题，邓小丁提出四点建议：一是守正固本，让传统技艺薪火相传；二是文化赋能，让非遗价值融入产业；三是场景创新，让非遗魅力走进生活；四是协同共治，让非遗生态聚力生长。

向下扎根，才能向上生长；读懂历史，才能创造未来。会上，孙瑞哲作《共生传承经典，非遗点亮未来》主旨报告。他从纺织非遗的特殊价值、内在规律、创新方向和责任使命四个维度出发，深刻阐述了非遗与产业融合发展的战略意义。孙瑞哲指出，纺织非遗是提升产业价值的重要资源，是增强文化影响的重要载体，是促进共同富裕的重要抓手，是铸牢中华民族共同体意识的重要纽带。他强调，非遗是与时俱进的活传统，科技、产业、市场生态发生深刻变化，为非遗创新打开新空间。

立足内在规律，孙瑞哲提出，非遗是生活方式，要做好内容转化；非遗是文化资产，要做好价值管理；非遗是地域标识，要做好特色文章。立足创新方向，他提出，要融入服务经济，找到价值模式；要融入智能经济，重塑价值生态；要融入科创经济，打造价值支点。立足责任使命，他提出，要坚持系统创新，在深研细释中强基础；坚持活态创新，在日用常新中拓应用；坚持新质创新，在技艺融合中强动能；坚持协同创新，在开放合作中增价值。

非遗与针织如何融合创新？北京服装学院教授、中国十佳时装设计师郭瑞萍结合二十四节气“白露为霜”、秋分与蓝染的创新转化、西

藏雅鲁藏布、天赋·且听风吟等主题系列作品，以及“沐光而行”威可多针织服装系统性创新研究策划方案，探讨了非遗技艺如何与针织产品深度叠加，转化为兼具文化内涵与市场价值的时尚产品。郭瑞萍认为，非遗转化的关键是认知多维度、多层次的提升与重塑，一定要因地制宜。非遗传承创新本质上是生活方式、生产方式的传统与当下的联通，非遗转化设计要注重当代化、时尚化、生活化、产业化，以及文旅与产业的融通。此外，非遗在地域性上，要注重在文化特质上的凸显、适应性上的突破；留存精神内核和气质底蕴，注重材质、形式和生产方式上的革新。

● 重磅仪式，指引非遗路径思考

本届大会，多项重量级签约、发布仪式圆满完成，覆盖文化传承、质量提升、市场对接、空间拓展等全链条，为推动非遗与产业融合发展注入多元动力。

在开幕式签约环节中，《纺织非遗标准及认证合作》《纺织非遗与毛织产品创新发展战略合作》《大朗毛织产业质量服务体系共建战略合作协议》《大朗毛织—品牌供需服务合作》《莞商智造园与江阴市恒翔织造有限公司招商进驻协议》等协议相继签约，覆盖文化传承、质量提升、市场对接、空间拓展全链条，为大朗毛织产业高质量发展注入多元动力，助力产业向高端化、品牌化、集约化加速升级。

在主题大会项目发布环节，中国纺织工业联合会非遗办主任华珊发布两项重磅成果。《2025/2026 中国纺织非物质文化遗产发展报告》系统梳理了纺织非遗工作的年度核心成果、回顾十年非凡征程、展现传承人风采、呈现产业融合与时尚创新成就，为行业提供了权威的年度参考与决策依据。中国纺联非遗办公室联动北京时装周共同发起“非遗·源创——中国非遗青年设计扶持项目计划”，为深耕非遗相关时装、配饰等设计的独立设计师、品牌主理人、青年传承人等提供发布展示平台，推动非遗传承从“薪火相传”走向“生生不息”。

● 大朗实践，彰显非遗时代新韵

大朗，这座坐落于东莞几何中心、GDP 达 473.7 亿元的活力之城，年产毛衣 9 亿件，全球每 5 件毛衣便有 1 件从这里出发、温暖世界；但它的底色不止于织机轰鸣，更浸润着岭南千年的文化体温，是滋养非遗生长的产业沃土。

东莞市政协副主席洪淇表示，纺织服装产业，是东莞深厚的制造业根基之一，是构建市“8+8+4”现代化产业体系的重要支撑。作为纺织服装产业的典型代表，大朗毛织在高质量发展道路上迈出了坚实步伐，本次开幕的“三大盛会”，“织交会”搭建全球贸易桥梁，纺织非遗大会实现文化赋能，国际毛纺大会带来全球前沿视野，三者深度融合，必将为东莞纺织服装产业转型升级注入新活力。

科技让产业走得更快，文化让产业走得更远。开幕仪式上，董铁在致辞中指出，第十届纺织非遗大会以“非遗共生·织创未来”为主题，积极探索“非遗文化 + 传统产业”双向赋能的创新路径，让古老的染整技艺、精细的手工刺绣，为毛纺织产品增添文化底蕴、焕发时尚光彩，打造出一件件“可穿戴的文化资产”。

大朗镇副镇长叶建芬在产业推介中介绍，目前大朗拥有 3 万户毛



大会助力产业向高端化、品牌化、集约化加速升级。

织市场主体，全产业链从业人员超 20 万人，2025 年全产业链年交易额突破 720 亿元。大朗培育了一批“毛织 + 非遗”的标杆企业，本土龙头企业印象草原深耕高端羊绒赛道，同门服饰融合潮汕传统手钩工艺与现代电脑编织技术，洲宏服饰重视美学与毛织工艺深度融合。当前，大朗正全力打造千亿级毛织产业集群，可提供广阔的产业空间、强大的创新支撑、优质的品牌服务、优越的营商环境，期待各方携手深耕“毛织 + 非遗”的广阔市场。

本届大会，“非遗共生 织创未来”非遗服饰主题大秀大放异彩。本次大秀深度立足大朗毛织产业优势与本土非遗文化底蕴，全程践行“大朗设计、大朗制作、大朗呈现”理念。大秀分为“麟启”“麟行”“麟耀”三个篇章，携手印象草原、同发、新宏丰、蓝美等本土龙头企业，以大朗本土非遗元素为核心创作灵感，重点提取岭南代表性非遗麒麟纹样作为核心设计符号，生动诠释了传统非遗活化、本土产业升级的全新发展态势。

● 跨界对话，共绘非遗发展蓝图

如何推动纺织非遗商业化转化？如何以设计创新赋能纺织非遗未来？主题大会的压轴环节——“2026 中纺非遗·大朗沙龙”分设两个议题，汇聚了行业专家、非遗传承人、企业代表与平台运营者等，展开了一场理论与实践交融的思想碰撞。

“纺织非遗商业化转化路径及应用”议题由孙淮滨主持。贵州丹寨宁航蜡染有限公司董事长、全国三八红旗手宁曼丽认为要让懂手艺的人去守住根，让懂市场的人去打开门，根不能丢，门不能关；广东印象派服装有限公司、印象草原品牌总经理陶燕杰立足公司非遗产品体系和转化路径，分享了如何推动非遗从单品走向生活方式；中国十佳时装设计师、西北实业旗下 WOAVE 高级时装品牌总经理王冬分享了“非遗共生 织创未来”非遗服饰主题大秀“麟启”“麟行”“麟耀”三重境的设计理念；北京时装周有限责任公司党支部书记、总经理张芳芳围绕建平台、再设计、融场景、拓产业、破圈层谈了非遗转化的五点感想；北京字节跳动企业社会责任部非遗项目经理葛亮分享了抖音平台赋能壮锦商业转化的成功案例。

“设计创新赋能纺织非遗未来”议题由华珊主持。南京云锦博物馆技术部主任、南京市非遗（云锦织造技艺）代表性传承人陈诚分享了云锦在当代设计中的活化实践，以及如何让云锦走向寻常百姓家；潮州市香聚绣品有限公司董事长、国家级非遗项目（潮州刺绣）区级代表性传承人余旭奎解析了潮绣技艺与现代时尚融合的路径；沈阳织绣博物馆馆长岳圆从博物馆文创角度，探讨了非遗 IP 开发与市场化运营的新思路；深圳市淘然创品实业有限公司创始人、非遗文创设计师刘艳分享了非遗纹样数字化与非遗潮玩的实践转化；中雍文化传播（广州）有限公司设计总监金泳莹介绍了如何在非遗设计中融入当代流行趋势和当代人生活方式，探索更多应用场景。

纺织非遗与大朗毛织的这次握手，是一场双向奔赴的产业变革。当千年纺织文明与现代毛织产业在大朗交汇，非遗不再只是历史的回响，而是面向未来的创造。这场盛夏之约，正交织出中国非遗传承与产业高质量发展的锦绣长卷。TA



柯桥纺织企业依托智能制造装备和数字化系统，让增效真正落地生根。

从精准投入 看柯桥纺企降本增效变化

■ 本刊记者 王耀祖

近年来，降本增效是一个热门话题。对于纺织行业而言，这一概念已从原本“压出来”的降本，转向“算出来”的增效。现如今，纺织企业通过数字化手段算清每一道工序、每一笔订单，让资源利用更高效、运行更平稳。这既是行业升级的内在要求，也是效率意识不断提升的生动缩影。

在柯桥，为什么越来越多的纺织企业更加看重“算”？答案藏在市场中。当前，客户要求“今日下单、明日给样、后日交货”已成常态，过去靠囤原料、堆库存、拼人力的粗放模式，因成本高、反应慢而难以为继。企业要想在竞争中生存并实现良好发展，必须确保每一项投入都精准有效。于是，“先算清、再投入”的理念流行起来，柯桥纺企纷纷借助数字化与智能化手段替代经验与人力，让每一道工序、每一笔订单都变成可计算、可优化的数据与算法。

近日，《纺织服装周刊》记者走进中国轻纺城，实地探访多家企业如何通过成本控制实现效率提升。在走访过程中，记者发现，柯桥纺织企业正是凭借“将资金投入关键环节”的务实做法，依托智能制造装备和数字化系统，让“算”出来的增效真正落地生根。

从人海战术走向人机协同

过去，纺织行业主要依赖人力规模优势，人工数量与工时投入决定了产出速率。然而，随着劳动力结构的变化与用工成本的持续攀升，单纯依靠人工叠加已难以维持利润空

间。在此背景下，柯桥不少纺织企业开始转变思路，借助机械设备替代人工劳动，将重复、繁琐的工序交由机器完成，使人力能够集中于更具管理性和技术性的工作。企业不再盲目增加人员，而是将有限的资源投入最能提升效率的关键环节。

在柯桥，这一转型路径已有诸多实践。绍兴霓风纺织科技有限公司总经理王观宇对此深有体会。该公司长期专注于网眼布、绒布、亚麻布等绣花面料的生产，过去最耗费人力的环节在于换线操作。绣花工艺中，每更换一种线色便需人工停机操作，耗时费力。

2025年，霓风纺织引入了自动换线机器。换线过程由机器自动完成，配合自动夹布系统，平绣、绳绣、金片绣等工序之间实现了无缝衔接。工人仅在关键节点进行确认与调整参数，无需频繁进行弯腰、穿线、对位等操作。整体测算，加工环节效率提升20%，停机时间显著缩短，工人劳动强度亦大幅降低。

“通过设备迭代，让机器去干那些重复、耗时的活，人则集中精力盯工艺、调参数。”王观宇表示，成本不断上涨，

逼着企业必须想办法降本。但如何在降本和增效之间找到平衡，才是真正要解决的问题。自动换线机器单台投入数万元，但一年节省的人工成本就可以抵消设备投入。对于中小纺织企业而言，无需一步到位实现全线自动化，只需将最繁重、最耗时的环节以机器替代，实现人机分工、各展所长，既可稳定生产，也能减轻工人负担。

降本为动因，增效是结果。霓风纺织的实践表明，对于中小纺企，降本与增效并非不可兼得。关键在于精准识别最耗费人力、最影响效率的瓶颈环节，以适度的设备投入进行替代，而非盲目追求全流程自动化。从人海战术转向人机协同，本质上是让机器分担辛苦，让人发挥智慧。这一转型虽由成本压力倒逼推动，但一旦走通，便构成企业的核心竞争力。

从经验决策转向数据驱动

从原料备货、订单排产到工期制定，过去主要依靠车间一线人员的经验判断进行决策。然而，当前小批量、多批次、快速翻单已成为行业常态，客户对“今日下单、明日给样、后日交货”的要求日益普遍，柯桥企业在传统经验主义管理模式下频频出现偏差，各类问题接踵而至，于是开始转向数据驱动的管理模式。

绍兴运涛纺织有限公司便是这一转变过程中的典型缩影。这家专注于针织面料生产的企业，过去同样深受经验决策模式之困，生产计划完全依赖经验判断，紧急订单难以插入排程，常规订单亦频繁延误。

2024年下半年，运涛纺织引入了ERP系统。从接单到排产，从坯布入库到成品出库，每个环节均实现数据上云。运涛纺织总经理赵宁涛通过手机即可查看每台织机的实时运行状态，在办公室便能查询订单当前所处的工序以及预计下线时间。该系统还会根据交期、工艺难度、设备状态自动生成排产建议，将最合适的订单分配至最适配的机台。以往月底盘点需停产两天、全厂动员，如今ERP系统实时更新库存数据，可随时调取精准的库存账目。

“过去排产全凭经验，优先顺序缺乏客观依据；如今则由系统数据主导决策。”赵宁涛表示，ERP系统上线后，最显著的变化在于决策有了可靠依据。以往出现问题，车间与品控之间相互推诿；现在每一卷布的织造机台、检验时间均录入系统，问题追溯可精准至具体人员、设备及时间节点。数据既不会出错，也不受人因为因素干扰，责任归属一目了然，从而促使全体员工更加认真负责。

据了解，运涛纺织使用ERP后，机台利用率提升12%，盘点时间缩短80%，同时避免了因数据不准确导致的重复采购与库存积压。从经验决策迈向数据驱动，运涛纺织的这一转型举措，使每一项投入、每一分钟的产出



均有据可依。这恰恰印证了将资金投入关键环节的理念：并非一味节省开支，而是将资金投入能够使数据替代主观判断的地方。

从“黑箱”操作迈向透明工厂

纺织行业过去存在一个痛点：订单进入车间后，如同进入迷宫，坯布所处的工序、预计织完时间、受阻环节等信息在各工序之间互不连通。这种“黑箱式”生产状态，使得企业无法精准排产、准时交货，更难以向客户做出可靠的承诺。因此，不少柯桥企业开始打通生产流程，变“黑箱”为透明车间，实现订单状态实时可视、排产动态可控。

位于东升路市场的绍兴欣辉纺织品有限公司，是一家擅长小单快反、工贸一体化的纺织企业。每日，数十个品种、上百个批次同时在车间内流转。从原料到织造、印染，再到成品出货，每一批次均可能对应不同的客户与交期。然而，过去车间完全依赖工厂负责人频繁往返现场进行核查。管理人员缺乏对生产进度的清晰把握，大量时间耗费在问题排查上，而非用于实际解决生产环节中的具体问题。

欣辉纺织决定改变这种信息不透明的局面，将车间从“黑箱”转变为透明化的管理空间。该企业在每道工序的关键节点安装工位机，坯布每经过一道工序便扫码记录，系统自动采集时间、数量及操作人员信息。车间中央的电子看板上，每笔订单的实时进度清晰可见，各项状态明确无误。此项投入的价值在于，管理者无需到车间，就可随时掌握每一米布料的动态。透明化的目的并非流于表面观察，而是将时间投入到解决问题本身。

欣辉纺织销售经理黄智博表示：“以往订单进入车间后如同失联，客户询问时，我要向车间打听。如今，通过电脑或手机即可清晰查看每一笔订单所在的机台、工序、剩余米数及预计完成时间。客户催单时，我能够直接告知预计还需多久，客户因此感到放心。这份信任，正是通过透明化管理换来的。”

从霓风纺织的自动换线机器，到运涛纺织的ERP系统，再到欣辉纺织的透明工厂，这些柯桥纺织企业的实践印证了一个基本的道理：降本增效并非简单一刀切地削减成本，而是将资金投在“刀刃”上。过去依赖人力堆叠、经验判断与主观感觉的粗放模式，正逐步被“先算清、再投入”的精准逻辑所取代。正是这种模式，使柯桥纺织企业在成本压力与激烈竞争之中，逐步构建起自身的韧性。





守与变之间，织出剪花面料品牌之路

访绍兴钰博纺织品有限公司总经理吴晓蓉

■ 本刊记者_唐小狄 文/摄

剪花工艺，是将经纱或纬纱局部织入面料，再剪去浮于织物表面的纱线，从而呈现出花纹立体饱满、浮雕感强且通透挺括的独特艺术效果。绍兴钰博纺织品有限公司集研发、设计、生产与销售于一体，是一家专业化的纺织面料企业，以剪花、提花面料为核心产品，致力于为客户提供高品质、时尚创新的面料解决方案。

“我们专注只做一样东西，要想办法把它做到价值最大化。”总经理吴晓蓉这样阐述公司的核心理念。15年前，她从长辈手中接过渡，当时公司同时经营着毛绒和剪花两种面料。但她认为，这种两头并进的模式不利于企业长久发展，于是果断砍掉毛绒业务，选择聚焦剪花面料，并在东市场开设门市部“百川纺织”，深耕这一领域十余年。

让花型“立”起来，让面料有层次感

最早，剪花面料几乎无人问津。他们从一款带小毛球点的面料起步，发展到如今可生产出成百上千种花型。每一款新品的问世，背后都是一场漫长的研发历程。吴晓蓉大学所学的是设计专业，这段经历为她在面料开发中提供了独特的色彩感知与搭配灵感，也让她在设计剪花面料时，能够将立体思维与时尚配色巧妙融入其中，形成了企业独树一帜的产品风格。

而支撑起这种风格的，远不止花型与色彩，更有对面料原料的持续进化。钰博纺织的革新，首先从原料开始。早期市场上多采用涤纶，因其易打理、性价比高。但随着消费者对自然纤维的青睐日益加深，企业开始引入莱赛尔纤维等成分。“化学纤维总带着‘化学’两个字，如今人们越来越追求与自然共生。”吴晓蓉表示，但天然纤维存在缩水率高、洗涤易变形等难题，为此，钰博纺织通过不断调整原料的配比，加入锦纶、氨纶等成分，让剪花面料在舒适度与易打理之间寻找最佳平衡。

在花型设计方面，钰博纺织通过对当下流行花型与趋势的研判，结合自身理解进行二次改造，将潮流元素转化为契合剪花工艺的独特表达。与此同时，企业持续从中华优秀传统文化中汲取养分，深入挖掘古典纹样、水墨意境、民俗图案等元素，以现代设计语言加以重构，开发出一系列兼具文化底蕴与时尚审美的原创花型。

“电商直播的兴起，让剪花面料的价值真正被看见。”吴晓蓉指出，剪花面料的灵魂在于“层次感”。钰博纺织通过提花与剪毛工艺的结合，让花型部分更加丰厚、底部轻薄通透，在镜头下能呈现出普通印花无法比拟的立体浮雕效果。

为了将这种层次感推向极致，钰博纺织还不断叠加其他工艺，赋予面料更丰富的视觉纵深。例如，在今年推出的一款面料中，他



吴晓蓉

们运用了“炒色”工艺，让原本与底布颜色相近、近乎融为一体的花枝，显现出清晰的根茎脉络。这一处理，使花型在底色之上再拉开一个层次，变得更加醒目突出。

不只做面料，更要做值得托付的品牌

在柯桥做了15年面料，吴晓蓉越来越清楚一件事：光把产品做好，已经不够了。她开始认真琢磨品牌这件事。“品牌效应会带来额外的利润空间，也会逼着你自己把要求提上去。”她表示，很多客户拿到她们的面料就觉得放心，这种信任在她看来，就是品牌价值的雏形。她开始认真思考：如何让“百川纺织”这个名字不只是档口的一个招牌，而是一种品质的象征？

今年，钰博纺织在东市场的档口“百川纺织”入选了“中国时尚女装面料第一站旗舰商铺”，这是公司迈向品牌化的重要一步。在吴晓蓉看来，这份认可的意义远不止于一次订单，更在于让品牌真正进入了行业视野。借助平台的背书，百川纺织频繁对接下游采购商，从威海到南京，每一场巡展都是一次品牌露出的机会。持续推广的过程中，百川纺织这个名字，正一步步植入客户心里。

品牌意识的觉醒，直接推动了吴晓蓉对线上渠道的布局。她在小红书、抖音和视频号开设账号，内容从最初简单的产品介绍，逐步拓展到花型开发思路、工艺难点和面料打理等专业知识。在她看来，很多新工艺从诞生到被市场接受，中间横亘着巨大的认知鸿沟，消费者面对植物染色、炒色等特殊面料时，常因不了解特性而产生误解。品牌真正的价值，就是用坦诚的沟通填平这种信息差，在持续的专业输出中建立信任、沉淀口碑。

而线上之外，她也把同样的品牌意识落到了服务里。每款新面料同步做成样衣、拍好宣传图免费给客户使用；主动说明面料优缺点，减少售后纠纷；所有新品备现货，首单无需等待。这些细节看似琐碎，实则用行动兑现“值得托付”的品牌承诺，为客户着想，让客户更轻松，也让自己从交易走向信任。

从一家同时经营毛绒和剪花的小档口，到如今专注剪花面料、拥有成百上千款花型的专业企业，吴晓蓉用15年时间把一件事越做越深。展望未来，吴晓蓉计划补充桑蚕丝类产品线，将真丝与剪花工艺结合，推动产品向高端化延伸。在她看来，继续围绕剪花这件事深耕下去，把产品做精，把品牌做实，企业的发展之路自然会越走越宽。

“双馆联动”重塑展贸生态

近日，中国轻纺城联合市场五楼发布厅内气氛热烈，一场关乎窗帘布艺产业走向的新闻发布会在此举行。当“2026柯桥·中国轻纺城北联市场窗帘布艺（秋季）展览会”的信息正式释放，一个全新的信号在业内传开：今年8月12—14日，本届秋季窗帘展将首次打破传统办展边界，以双馆联动、展贸一体的全新模式登场。

本届秋季窗帘展创新采用A馆+B馆双馆联动模式，A馆设在北联市场四楼，B馆落地绍兴国际会展中心。展会呈现四大创新优势：北联市场作为全国规模最大、影响力最强的窗帘布艺专业交易市场之一，长期稳居行业第一梯队，市场汇聚大批优质商户及品牌企业，经营覆盖窗帘全品类及软装配套，品牌氛围浓厚，全面启动四楼空间改造，打造专业化品牌窗帘展贸区，同步升级展示、仓储、直播等硬件，构建现代化高标准展贸空间，创新推行“常年展贸+定期展会”双轨模式，打破传统坐店经营，致力打造“永不落幕的窗帘精品展”。

浙江中国轻纺城集团股份有限公司总经理王百通在展会推介中指出，展会将坐拥约7000平方米的展示空间，以超20万条垂直邀约资源、130万次精准触达矩阵和庞大的专业采购商流量，为供需双方搭建高效对接桥梁。他表示，北联市场将坚定地推动自身从“区域市场”向全国货源中心、渠道中心、潮流中心和品牌中心升级，以“市场+产业+会展+科创”模式引领柯桥及全国行业迈向品牌化、品质化、规范化发展。

现场，北联市场与中国轻纺城窗帘布艺协会签署展会战略合作协议，标志着“市场+会展”的融合从单次活动升级为长效合作。双方将深度整合协会行业资源、市场线下实体渠道与展会流量优势，实现资源共享、



新闻发布会透露，本届秋季窗帘展将以双馆联动、展贸一体的全新模式登场。

联合招商、全域推广。与此同时，华欣家纺、橘子印象、皇家丽景、布江南工坊、ETUB、索芳诗6家品牌企业现场完成入驻签约，正式落地北联市场四楼品牌展贸区。随着更多原创、高品质布艺品牌集聚，北联市场四楼展贸区品类将更加丰富，秋季展会也将拥有更强的品牌阵容。

浙江中国轻纺城集团股份有限公司董事长潘建华在采访中指出，窗帘展落地北联，核心是推动整个行业从“面料批发”向“成品品牌”转型升级，也是轻纺城扩能提质工作的举措之一。随着消费升级，市场更需要一体化的设计和品牌化服务，希望以展会为落脚点，真正培育好窗帘品牌，融合设计研发与整体解决方案，提升柯桥窗帘在全国的行业地位，进而引领窗帘产业发展。北联市场四楼将被打造成“永不落幕的品牌展示空间”，让优质品牌长期落地，既提升品牌形象，也持续释放参展价值。（边吉洁）

荷风织麻·国韵新裳新品发布秀在柯桥举行

近日，荷风织麻·国韵新裳麻类面料专区2026新品发布秀在中国轻纺城联合市场举行，本次活动依托水乡荷塘天然景致，打造以荷花、纤道、乌篷船为景，以麻布为韵的新品发布大秀，借一池莲荷映衬天然麻料肌理质感，实现自然荷景、水乡纤道与非遗麻面料相融共生。

十里荷塘碧叶连天，古纤道静卧水波之上，麻纺面料的本真肌理，在这一方水乡景致中找到了最恰切的表达。本次活动共展示了屹彩纺织、盛锦源（亚洲红）、爱沃顺纺织等5家企业提供的40套服装，涵盖旗袍、汉服、新中式国风套装等多种品类，全面呈现了麻类面料与国风面料在传统与现代设计中的多元应用与文化魅力。

本次走秀聚焦原生麻料的纯粹质感，模特身着麻类服饰，缓步穿行于荷塘纤道之间，轻逸的麻质衣摆与自然光影交织，摒弃繁杂装饰，最大化展现出麻料的原生态肌理、垂坠感与通透气息。

爱沃顺纺织作为此次走秀企业之一，带来的素麻系列正是这一理念的集中体现，以本白、浅麻、米咖等低饱和色彩为主调，还原麻料最本真的肌理与垂感。爱沃顺主理人徐陈嘉表示：“这次走秀是一场视觉盛宴，将麻类服饰置于满池荷花之间，更加凸显出面料的天然特性。这种形式也能吸引更多客户，对后续客户拓展和生意增长都有很大帮助。”

在随后的国韵新裳·荷纹国风麻料秀上，模特身着印刻着若隐若现的暗纹荷影与天然草木纹样的成衣行走在荷塘之间。以荷花为灵感，将青碧、墨绿等自然色萃取融入面料设计，结合新中式剪裁，打造清雅脱俗的国风成衣，与荷塘的空灵意境相得益彰。

众歌纺织是一家主营花罗产品的企业，从一绞罗到四绞罗，逐步构



发布秀现场。

建起完整的罗类产品梯队，能够覆盖不同季节及多样形制的需求。此次走秀，他们带来了10套汉服系列成衣，模特身着汉服款款穿行于荷花池边，衣袂与荷风相映成趣。众歌纺织负责人万丽丽表示：“以前这些服装都是陈列在展厅里，今天这个活动把我们的服装搬到了荷花池边，更能展现出服装的意境之美。这种沉浸式的展示方式，也更容易让客户感受到面料与自然共生的独特韵味。”

自去年中国轻纺城联合市场推出麻类面料专区以来，经营户从最初的少数、松散状态逐步走向集聚，创新意识也明显增强。中国轻纺城东市场相关负责人表示，目前，专区已集聚160多家经营户。此次走秀以荷花、乌篷船和古纤道为天然场景，向整个纺织行业展示了麻纺面料天然、环保、高品质的独特优势，也进一步提升了麻类面料专区的行业影响力。（唐小狄）TA



钰博纺织将产品做精，把品牌做实。



全球毛纺力量齐聚大朗，共话产业未来发展

IWTO 第 95 届国际毛纺大会召开

■ 本刊记者_夏小云

6月24—26日，由国际毛纺织组织（IWTO）主办，中国毛纺织行业协会、东莞市毛纺织行业协会共同承办的IWTO第95届国际毛纺大会于广东东莞大朗举行。本次大会围绕羊毛产业绿色转型、全球供应链协同、产业高质量发展展开深度研讨，全方位展现全球毛纺完整产业链规模、多元发展模式与对外开放合作图景。来自二十余个国家和地区的业内代表共同参与了此次盛会。

多方力量齐聚，携手共建可持续产业生态

当贸易保护主义冲击全球供应链、绿色转型倒逼产业升级，毛纺行业如何破局？

羊毛不仅是全球纺织产业链的核心材料，更承载着贸易、政治与环境等多重维度的复杂挑战。IWTO主席Klaus Steger致辞时指出，IWTO始终致力于羊毛从原料到成衣的转化铺平道路，并在政策协调、标准制定及市场推广等方面取得了实质性进展。他期待参会代表围绕行业共性议题深入研讨，充分展现国际组织的桥梁作用，共同攻克发展障碍。

大朗镇党委书记董铁谈到，大朗毛纺产业历经四十余年发展，产品销往百余个国家，深度融入全球产业链。大朗深耕智能、绿色、品牌化转型，布局产业新平台。他期盼依托大会深化全球行业协作，凝聚行业智慧，携手破解发展难题，共建可持续毛纺产业生态，助力产业高质量发展。

纺织服装产业是东莞最具底蕴、最富活力的传统优势产业，而大朗毛织则是其中最璀璨的明珠。东莞市政协副主席曲洪淇表示，从生产代工贴牌，到文化赋能、再到发展自主品牌，大朗始终坚持守正创新，本届大会落户于此，是对东莞制造实力与发展潜力的肯定。他呼吁大朗毛织产业以本次大会为起点，加快向品牌化、智能化、企业化升级，打造全球毛织产业的创新高地。

中国纺织工业联合会副会长杨兆华在致辞中表示，毛纺产业是国际化民生产业，IWTO长期以标准、溯源、环境评价等举措推动全球行业升级。中国拥有全球最大毛纺加工产能，每年大量进口羊毛，输出各类毛纺产品，持续以智能制造、绿色制造赋能全球产业链。当下贸易保护主义冲击供应链，但大朗产业展现出强劲发展韧性，彰显了中国对外开放的坚定立场。面对气候、消费转型等挑战，他呼吁各国深化科技、绿色领域合作，依托本次大会聚焦智能、健康议题凝聚共识，携手共建

可持续产业生态。

工业和信息化部消费品工业司二级巡视员邓小丁表示，大朗作为全国知名毛纺重镇，已形成从原料加工到成品设计、从生产制造到商贸流通的完整产业生态。他结合行业发展趋势，谈了四点看法：第一，以标准为纽带，共建全球协同的产业语言；第二，以创新为引擎，激发数字化转型的内生动力；第三，以绿色为底色，彰显天然纤维的健康价值；第四，以开放为路径，构建互利共赢的全球生态。最后，他呼吁大家携手并肩，深化合作，共同推动产业向更智能、更绿色、更健康的方向迈进，开创可持续发展的美好未来。

联合国粮农组织助理总干事、动物生产与健康司司长兼首席兽医官Thanawat Tiensin进行视频致辞。他谈到，当人们选择羊绒产品时，人们大多只看见精致成品，鲜少追溯纤维的源头。每一缕羊毛纤维背后，都有一户照料牲畜、守护水土的农牧家庭。这份扎根土地的人文故事值得被世界听见。希望借此机会，让更多人看见羊毛产业背后完整的人文与自然脉络——将农民生产者、行业领袖、政府部门以及发展伙伴凝聚在一起，善用资源，融合传统与创新，共同推动产业的可持续发展。

中国纺织工业联合会党委书记、会长孙瑞哲以《携手打造全球毛纺产业的可持续未来》为题作主旨报告，为全球毛纺产业发展指明方向。他表示，大朗是中国改革开放进程中成长起来的毛织产业重镇，也是中国纺织融入全球、服务全球的生动缩影。“全球每5件毛衣就有1件产自大朗”，服装年产量超9亿件，全产业链年交易额超720亿元。这些数字背后，是开放合作的力量，是产业集聚的力量，更是全球毛纺产业互联互通、共生共荣的力量。本届大会切中时代潮流，回应产业关切。

他指出，中国纺织行业为全球产业稳定发展提供确定性。中国纺织

在服务全球市场、稳定全球供给、推动全球产业协同的过程中不断发展。新形势下全球纺织行业正形成新发展范式，面对新形势，行业需要找到价值支点与破局之道。毛纺产业是纺织服装行业重要组成部分，具有特殊价值。毛纺织产业承载纺织的品质之精、价值之高、品牌之重，是世界纺织行业的重要源头，也是全球时尚大牌的必争之地。中国毛纺织正以创新实践服务全球产业发展。最后，就如何开放合作，共创全球毛纺产业可持续未来，他提出四点倡议：一是要立新，完善创新生态；二是要共美，打造多元时尚；三是要尽责，创造共同价值；四是要开放，强化全球合作。

毛纺青年项目，凝聚全球产业向上力量

毛纺青年项目设立的初衷，是为正在寻找自身定位的行业新人提供一个开放包容的交流平台，帮助大家跨越地域界限，建立行业人脉，凝聚毛纺产业链的力量。

在毛纺青年介绍与欢迎环节，青年代表Jacques Ji表示，这个平台让众多志同道合的从业者相遇，彼此启发，共同认识到毛纺不仅是一门古老的技艺，更是一份值得代代传承的事业。他强调，毛纺青年项目的核心价值在于参与其中的人——每一位成员的热情与投入才是真正的财富。最后，他勉励大家充分利用项目赋予的经验与资源，并积极回馈行业，同时感谢IWTO及主办方对青年群体的信任与支持。

随后，数十位毛纺青年代表登台，分别就自身所从事的业务领域与专业进行了介绍。

IWTO 羊毛绿皮书正式发布，呼吁推动产业可持续发展

如何为羊毛正名？如何让天然纤维的绿色价值被全球消费者真正认知？本次大会举行了IWTO羊毛绿皮书全球发布仪式。《绿皮书》是羊毛产业转型关键抓手，目前仅少数企业参与，亟需全球行业统一发声、各国企业投入资源共建，统一全产业链溯源数据体系、佐证羊毛低碳循环优势。后续将分产区定制羊毛碳足迹核算标准、羊毛耐久标准建设、天然纤维行业联盟搭建、产业宣传培训等新项目，开辟行业可持续新发展阶段。

据了解，《绿皮书》是多方协作的成果，离不开企业资金、IWTO及专业团队倾力支持。当下行业核心难题在于一些数据刻意夸大羊毛环境负面影响，新一代城市青年受片面宣教影响，普遍认为畜牧业存在环境问题。行业投入大量资金仍难以扭转误导性舆论，大众对羊毛认知存在偏差。《绿皮书》仅是产业变革起点，行业需携手重塑正向宣传叙事，主动掌握话语权。IWTO表示，后续将持续借助《绿皮书》开展对外科普，扭转大众误解，并呼吁全行业共同投入，推动羊毛产业可持续发展。

思路碰撞，展现多层次产业实践

从牧场到衣橱，从纤维到时尚，毛纺产业正站在转型升级的关键节点。本次大会各方观点碰撞，清晰勾勒出产业高质量发展的共同路径。

大朗拥有全球较为完整的毛织产业生态，近年来主动适应发展新趋势，率先在科技、文化、绿色三大方向赋能，目前正处于产业转型升级黄金期。大朗镇党委委员邹锦钊在主题分享中强调，大朗具备广阔合



大会间隙，参会嘉宾深度交流。



作空间，诚邀全球伙伴在原料、技术、品牌及平台四方面深化合作，推动毛纺产业高质量发展。

西藏卓番林文化有限公司主理人卓玛带来藏地毛纺织可持续供应链实践分享，依托高原牦牛绒、本土羊毛资源，阐释了“平台+工坊+学堂”一体化乡土手工发展模式。

山东南山智尚科技股份有限公司副总经理、总工程师刘刚中谈到，近年来，羊毛原料价格持续波动，行业亟需向时尚、功能、数字化转型。企业已落地AI设计、黑灯车间、智能仓储等全流程智造体系，未来将深挖羊毛天然健康优势，推动产业向功能化、可持续方向升级。

东莞市金腾龙纺织品有限公司董事长吴俊杰指出，大朗具备现货流通高效、自主研发创新、全链条配套协同、行业生态成熟完善四大核心优势。面向未来，企业将坚持创新驱动、深化数字赋能、强化品牌意识三大聚焦方向。

大会访谈对话环节由中国毛纺织行业协会副会长刘焱主持，对话嘉宾包括东莞市毛纺织行业协会会长、广东印象派服装有限公司董事长李胜利，江苏龙锦集团、张家港扬子精梳毛条有限公司董事长纪前龙，海阳市针织毛衫行业协会会长孙程明，浙江省羊毛衫协会会长吴炳明，河北省清河县羊绒产业发展服务中心主任郑春雨。

刘焱谈到，我国自1992年起成为全球最大羊毛进口国，年均进口羊毛、羊绒及其他特种动物纤维超30万吨。2025年，中国毛纺行业全品类进出口总额360亿美元。截至2026年5月，国内毛纺织及染整精加工市场主体达3.4万家。全行业年纤维加工总量超400万吨，天然毛纤维与毛型化纤协同适配多元消费需求。

李胜利表示，中国羊绒企业应立足东方审美，坚守文化底色，成就世界品牌。希望协会成为企业接地气的后盾、可靠合作的信誉标识，协同政府营造更优产业环境，提升产业集群全球影响力。

纪前龙认为，羊毛作为高端奢侈纤维，近期价格回升是价值修复。受澳大利亚、乌拉圭等主产国产量缩减影响，原料稀缺性加剧。只有保障牧民利益、稳定原料供给，才能助力产业行稳致远。未来核心方向是户外运动、休闲服饰赛道等，企业将推动羊毛产品研发，适配消费趋势。

孙程明表示，海阳毛衫产业具备40余年外销经验，积累了丰富的全球分工协作经验和稳定的国际营销渠道，粗纺针织产品领域效率高、成本控制能力强，产业队伍稳定，创业者二代加入意愿强烈。未来将巩固外销、拓展内销，建设公共服务平台，推动数字化转型与智能化改造，并积极将毛织产品延伸至产业用纺织品领域。

吴炳明谈到，桐乡濮院上世纪70年代起步，成长为全国规模领先的毛衫基地，当前内销为主，正大力推进毛衫出海，开拓欧美、日韩及“一带一路”沿线市场。未来将发展数字化新型制造，融合区域与企业品牌，围绕科技、时尚、健康推动升级。

郑春雨表示，清河构建了从分梳到成衣的完整产业链，分梳技术成熟、电商生态活跃，希望在动物纤维分梳领域深化合作，在混纺及功能性纱线领域实现技术突破，共同推动羊绒产业高质量发展。

本次大会汇聚全球行业资源，清晰指明智能化、绿色化、品牌化、国际化是毛纺产业共同发展主线。国内毛纺产业集群依托完备产业链、成熟制造能力持续对外输出优质产品，同时主动联动全球行业伙伴，以创新、低碳、开放的发展路径，持续为全球毛纺织产业高质量可持续发展注入中国动能。TA



“优品纤选”项目将打造一条从纤维生产到终端应用的高品质莱赛尔产业链。

近 5 年，我国莱赛尔纤维保持年均超 25% 的高速增长。莱赛尔纤维已经从曾经的‘小而精’，快速发展成主流化纤品种。目前，莱赛尔产业链正在纺织业掀起一场绿色创新变革。

多方合力搭建“优品纤选”，打通绿色莱赛尔全产业链路

■ 苏密 / 文

近日，“优品纤选”鄱阳湖公益行活动在江西南昌举办。本次活动将“优品纤选”高品质莱赛尔产业链理念与莱赛尔绿色可持续属性相结合，通过产业链上下游共同开展公益行动的形式，进一步彰显产业链上下游企业及终端品牌追求高品质、践行可持续发展、承担社会责任的理念。现场，“优品纤选”项目参与企业与合作伙伴共同签署高品质莱赛尔产业链发展倡议。

绿色莱赛尔站上产业风口

当前，我国经济社会发展进入加快绿色低碳化的高质量发展阶段。相关政策法规出台，为纺织行业绿色发展提供有力支撑。生态环境部宣传教育中心公共传播室负责人李鹏辉介绍，今年 3 月，生态环境部等三部门联合印发《标准引领纺织工业优化升级行动方案(2026—2028 年)》，聚焦绿色制造等关键领域，为纺织行业绿色转型划定了清晰的路线图。

莱赛尔纤维产业链高质量发展，是我国纺织工业践行绿色发展的一个典型代表。中国纺织工业联合会副会长李陵申介绍，近 5 年，我国莱赛尔纤维保持年均超 25% 的高速增长。今年，我国莱赛尔纤维产能已突破 100 万吨，核心装备实现国产化，单线产能规模全球领先。同时，莱赛尔纺纱、织造、印染等应用技术不断迭代，应用领域持续拓展。莱赛尔纤维已经从曾经的“小而精”，快速发展成主流化纤品种。目前，莱赛尔产业链正在纺织业掀起一场绿色创新变革。

然而，莱赛尔产业快速扩张也带来品质参差不齐的挑战，制约了产业链高质量升级。为此，中国化学纤维工业协会、中国棉纺织行业协会、中国印染行业协会联合赛得利集团、福建新华源科技集团等行业龙头企业，共同发起“优品纤选”项目，凝聚产业链上下游力量，打造一条从纤维生产到终端应用的高品质莱赛尔产业链。



“优品纤选”打通高品质全链闭环

中国化学纤维工业协会莱赛尔纤维分会秘书长张子昕详细介绍了项目的落地路径。一是精益管控、责任共生。项目将制定《优品纤选评价技术规范》，全面考核工厂社会责任等维度，对标国内外终端品牌审核标准严格验厂。二是优材优艺、至臻品质。项目将针对产业链各环节制品，设定高于国家标准和行业标准的“优品”标准指标，确保从纤维到成衣的每一个环节均实现“好原料铸就好产品”的品质闭环。三是全链可溯、碳迹可鉴。项目还将构建全产业链追溯体系，让每一件产品都承载透明责任与可持续价值。

在莱赛尔纤维蓬勃发展的过程中，印染工艺的突破尤为关键。中国印染行业协会会长林琳表示，莱赛尔纤维早期受限于原纤化特性，印染工艺单一。近年通过系统研究，已克服该瓶颈，印染能形成多种风格，拓展了应用领域。目前，纺织行业整体承压，印染技术的进步是关键驱动力之一。协会要持续倡导加强印染企业与制造企业的协同，以促进产品迭代和市场落地。

作为“优品纤选”的核心推动者，赛得利集团副总裁丁港表示，莱赛尔纤维是赛得利践行可持续发展的明星产品，取材天然、可降解，采用闭环清洁工艺，完美契合绿色消费趋势。赛得利市场拓展总监潘燕华进一步透露，未来将聚焦技术深耕（攻克莱赛尔染整瓶颈）、场景深耕（从内衣、运动服到家纺全覆盖）和服务深耕（推出定制化协同方案），让绿色纤维走进更多生活场景。

新华源董事长陈宗立则分享了与赛得利的深度合作成果——自 2020 年起全力攻坚莱赛尔纱线工艺，成功开发纯纺及混纺系列，近期更推出“立华纺莱赛尔+”新型纱线，在柔软度、光洁度和膨松度上表现亮眼，获客户追捧。

“优品纤选”高品质莱赛尔产业链项目参与企业赛得利、新华源、德永佳、泰慕士、万舟集团、集美印染、愉悦家纺以及蕉内、斐乐、罗莱家纺等品牌代表，围绕莱赛尔纤维、纱线和面料创新应用情况进行交流，并对如何推动打造高品质莱赛尔产业链提出建议。

会议期间，为切实感受“优品纤选”项目及莱赛尔纤维承载的绿色可持续理念，与会代表实地调研了赛得利在鄱阳湖区域开展的公益保护项目、芡实种植基地示范项目、康山中心小学鸿鸪书屋、康山社区净水小微湿地、鄱阳湖湿地江豚保护项目等。**TA**

亚太纺链瞭望

从观展到参展，这家羽绒新锐为何青睐 APTEXPO？

■ 本刊记者 _ 陶红

2025 年，江苏羽工坊羽绒制品有限公司行政总裁周晓燕以采购商的身份参观亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛(APTEXPO)。彼时，她的身份是“观察者”，看趋势、看品牌、看同行，也看机会。一年后，她决定带领公司以展商身份亮相 APTEXPO 2026。

“这并非心血来潮，而是一次经过实地验证后的战略选择。”她在采访中表示，去年观展后，她最强烈的想法就是，一定要直接对接终端品牌。新加坡是东南亚市场的门户，也是全球运动户外品牌采购总部的聚集地，而落地新加坡的 APTEXPO 则是那个能够将优质供应商直接推至品牌面前的平台。

从“观局”转向“入局”，瞄准品牌直供

一年时间，羽工坊完成了从 APTEXPO “采购商”到“参展商”的身份转换。周晓燕坦言，APTEXPO 平台的国际化程度远超预期，这里不仅是东南亚本土客商的聚集地，更是耐克、阿迪、彪马、猛犸象等国际品牌供应链采购总部的常驻点，而 APTEXPO 将品牌方和高端供应链连在了一起。

2026 年，这家成立了 4 年、年产羽绒原料 500 吨、年产值约两亿元的新锐企业，决定从“观局”转向“入局”，以展商身份正式亮相 APTEXPO 2026。

“公司羽绒原料年产量约 500 吨，加上羽绒被、羽绒枕、羽绒垫等制品，全年总产值接近两亿元。”周晓燕介绍道。目前，公司拥有两个生产基地，分别位于徐州和扬州。今年，公司在徐州启动了第三个厂区的建设，新工厂预计 2027 年初投产。

与庞大产能形成对比的是一支精简高效的团队。羽工坊凭借高度智能化的生产线，从水洗到拼堆全部在密闭机器内完成，实现了“小而精、智而稳”的制造模式，也为深度定制服务提供了稳定的品质底盘。

首次参展，羽工坊将带来核心产品，一套完整的“羽绒解决方案”，瞄准品牌直供。周晓燕提炼出三个关键词：可追溯、功能定制、高蓬松度。

可追溯羽绒是羽工坊重点推进的项目。“公司已经申请了国际可追溯吊牌，每一批出厂的羽绒都挂有唯一的溯源码。品牌商和终端买家只需扫码，就能清楚地看到这批羽绒的品种、产地、养殖周期、水洗加工过程等全链路信息，真正实现生态溯源。”周晓燕介绍，这回应了全球市场对供应链透明度的迫切要求，也为品牌规避 ESG 风险提供了直接抓手。

功能定制领域，羽工坊精准击打细分市场场景。防水、抗菌、防螨成为主推方向，尤以防水绒研发最为突出。此前已经可以稳定生产 2000



羽工坊拥有完整的“羽绒解决方案”。

分钟拒水标准的羽绒，如今，企业正应美国户外品牌客户的要求，向 5000 分钟的极限指标发起研发攻关。在户外运动高度普及的北美和欧洲市场，这意味着羽绒服即使经历数小时暴雨仍能保持蓬松保暖，极大地拓展了羽绒制品的穿着边界。

高蓬松度羽绒则瞄准了中高端市场的品质空白。传统鸭绒 90% 绒子含量的蓬松度多在 700—800FP，羽工坊已将目标提升至 1000FP，这意味着更轻的克重、更优异的保暖效能，可以满足顶级户外装备和时尚品牌对极致轻薄与保暖的苛刻标准。同时，公司也计划引入长白山鹅绒等高端生态绒种，以适配不同国家和品牌的差异化标准。

从“供应”转向“共生”，用品质重塑标准

“做中高端绒，价格不是最核心的优势，真正拼的是品质。”周晓燕的观点开门见山，直指羽绒行业竞争的本质，做到真正无异味、没有残留梗，能完美匹配高端户外和时尚服装的性能要求，这才是羽工坊要打造的核心竞争力。

羽绒异味控制正是行业核心痛点之一，也是羽工坊重点攻克的技术高地。尤其鸭绒气味较重的问题，理想的除味方式是采用天然助剂，但水洗环节处理不当反而容易造成二次污染，技术上存在极大挑战。为此，羽工坊正规划引进高蓬松过滤与检测设备，并计划向国际顶尖公司采购更安全、高效的除味助剂。“在这方面，我们会持续投入研发，希望通过技术手段从微观层面提升羽绒的洁净度与安全性。”周晓燕表示，这也是赢得国际品牌信任的“入场券”。

硬核技术之外，服务响应速度同样是羽工坊的显著优势。这种服务竞争力深植于企业的日常运营基因中，周晓燕用“绝不糊弄客户”来概括团队的信条。她举例道，曾有客户要求的灰鹅绒蓬松度略低于标准，羽工坊内部决议用成本更高的白鹅绒替代交付，最终赢得客户高度认可。

在更长远的战略维度，周晓燕将目光投向供应链的最源头。对于可持续时尚，她的思考非常具体，企业正积极从原料端着手，与上游养殖基地建立更紧密的协同机制，倡导并推动养殖商采取更科学的饲养方式。

“当行业步入以功能化、可追溯和低碳为核心的价值重构期，中国企业要有底气在技术和信用上制定标准。”周晓燕表示，希望借助 APTEXPO 这一国际窗口，让世界看到中国羽绒不仅能做到极致的参数，更能用极致的服务和诚信，深度嵌入全球品牌的核心供应链。

“我的目标是成为品牌指定的原料供应商，能直接对接耐克、阿迪达斯这类运动品牌。”周晓燕分析道，运动户外品牌全年都在销售，能够有效熨平传统羽绒服行业的强季节性周期，为企业带来更稳健的营收结构。

对于未来，周晓燕有着清晰的规划，公司将锚定高级定制赛道，以极致匠心 and 甄选原料，打造不可替代的高级定制羽绒解决方案。同时，她希望羽工坊能成长为展会重点推荐的标杆羽绒供应商，并期待羽工坊品牌在不久的将来引领原料品质的升级。

2025 年的一次观展，直接促成了 2026 年参展的决策。从“旁观”走向“参与”，从“了解”走向“信任”，羽工坊用一年时间，完成了一场战略转身。而 APTEXPO 所搭建的这座桥梁，正让越来越多像羽工坊这样有技术底气、有服务温度的中国供应链企业，被世界看见。**TA**



先进的设备为新疆纺企转型升级提供强大支撑。

新疆纺企 如何以资源筑基谋新程？

■ 本刊记者_袁春妹

随着国家区域协调发展战略的深入实施，纺织产业向西集聚已成为行业大势之一。日前，本刊记者赴新疆，对石河子、阿拉尔、阿瓦提、阿克苏、喀什等多个纺织产业集聚地企业进行了走访，深入了解地区企业的发展状态。

政策资源赋能，打造纺织产业沃土

“为何选择在新疆建厂？”是记者向走访的十余家企业高管问的第一个问题，深度交流后发现，多重不可复制的优势，就是他们从全国各地奔赴新疆，并在这里扎根发展的重要因素。

政策红利是企业落地的首要推力。多家企业负责人均表示，新疆针对纺织行业出台覆盖厂房建设、设备采购、能源补贴、员工技能培训等方面的扶持政策，大幅降低了企业前期投入与长期运营成本。阿克苏一帆纺织董事长蒋亚斌回忆，2016 年他选择来新疆办厂，核心原因便是内地土地资源紧张，而新疆工业用地优惠力度大，给实业经营留出了充足的成长空间。新疆攀农棉纺落地喀什也有十余年，董事长王成章提到，企业布局新疆就是跟随国家产业转移战略，因此也享受了很多政策支持，这也是他为何能在十余年间，连续落地新疆五家工厂的原因所在。

得天独厚的原料与能源禀赋，也是企业入疆的重要原因。新疆坐拥全国九成以上棉花产能，南疆长绒棉品质更是享誉全球。阿瓦提盛产中国长绒棉，吸引了全棉智选纺织就地深耕高端棉纱赛道；阿拉尔配套完善的涤纶长丝产业链，为胜泰纺织家纺面料生产提供就近原料支撑。与此同时，新疆风电、光伏、煤电等能源储备充沛，绿电资源充足，对于纺纱、织造等企业而言，低廉稳定的用电成本能够帮助企业有效降低生产成本，美绮缦、华凯医疗等企业负责人



均表示，能源优势为企业在疆发展提供了非常大的助力。

新疆向西开放的区位价值也在持续释放产业的增长空间。喀什五口通八国，毗邻中亚、南亚市场，叠加中吉乌铁路、各类边境口岸物流通道，外贸出口优势突出。攀农棉纺规划采用“原料海外采购、新疆加工、成品外销”模式，主攻中亚、欧洲、阿拉伯地区市场；华贝纺织年产 6000 万双袜子远销全球 60 余国；华凯医疗医用纱布出口日韩、欧美、中东等 50 多个国家和地区，依托新疆区位优势打通内外双循环市场。

此外，本地充足劳动力资源同步解决企业用工难题，此次受访的企业，本地员工占比普遍超 50%，奥泰纺织、华凯医疗本地员工占比甚至高达 90% 以上，企业发展同步带动群众就业增收，实现产业效益与社会效益双赢。

细分赛道突围，构筑竞争壁垒

记者走访的十余家企业，涉及袜业、化纤功能性面料、纯棉坯布、家纺、高端棉纱、医用特种纺织品等细分赛道，面对行业竞争激烈的现状，企业摒弃低价竞争思路，纷纷依托新疆本地资源探索各具特色的差异化发展路径。

落户石河子的新疆华贝纺织聚焦袜品赛道，目前已形成男袜、女袜、运动袜、童袜、商务袜等系列化产品矩阵，紧扣全民运动热潮深耕专业运动袜研发，持续优化产品设计与原料，延展袜品的功能价值。企业坚持人才引进与新品迭代双轮驱动，依托差异化产品站稳海外市场，2025 年 6 月投产后当年跻身规上企业。同时企业打造华贝锦、天山骄羊、袜族时尚三大自主品牌，摆脱单纯代工模式，收获海内外客户认可。

区别于疆内大量传统棉纺企业，丝路夏新（新疆）纺织主打化纤功能性面料，产品附加值显著提升。这家企业于今年 4 月正式投产，当前日产面料 7.5 万米，下半年企业产能将翻倍，全年产值将突破 2 亿元。据了解，企业规划延伸产业链，将新增印染、成衣加工环节，依托“一带一路”打通西亚、欧洲等海外市场，进一步拓宽盈利空间。极致品控锁定稳定客源，高端织造以品质赢未来。新疆美绮缦

纺织深耕高端坯布产品，公司将产品品质作为唯一核心壁垒，以严苛的品控标准实现主打产品零库存，无需主动拓客，客户主动上门采购。该公司总经理陈玉涌坦言，建厂之初选用非通用机型是一场“背水一战”的决策，倒逼企业深耕细分单品、打磨产品精度，如今千台喷气织机稳定运转，年产值突破 8 亿元。阿瓦提全棉智选纺织专注高端 32 支、40 支长绒棉纱，所有出厂纱线均经过自有织布厂的实体验证，从源头把控品质，因此积累了大批长期忠实客户。

新疆华凯医疗则是选择了深耕医用纺织品赛道，区别于民用纺织，医用纺织品对荧光、杂质等相关指标的要求非常严格，形成了天然的高准入壁垒。据了解，这家企业投资约 3.6 亿元，配置 27 万纱锭、288 台喷气织机，配套十万级无菌车间，年产医用纱布 2 亿米，投产以来订单常年饱和，甚至需要主动取舍部分订单，差异化赛道优势充分凸显。

此外，胜泰纺织则在家纺领域稳扎稳打，目前企业有 2500 台织机，并配套印染生产线，面料年产能约 2.5 亿米，依靠内地成熟基地积累的老客户资源，保持着健康的经营状态。攀农棉纺则建立起了从棉花加工，到纺纱、织布的产业链优势，企业纺纱规模约 110 万锭，拥有 1700 名员工，十年间带动区域产业集聚，成为南疆棉纺龙头企业。

聚焦装备升级，疆内企业的诉求与痛点

记者在走访调研中发现，企业对于装备性能、智能化水平、本地化服务等方面同样高度关注。伴随新疆纺织产业的快速发展，以及企业向细分赛道深耕，向高端领域转型的过程中，地区企业对纺织装备也提出更高要求和期待。

综合来看，企业在设备选型时，设备的稳定性、可靠性、节能降耗水平，以及品种适用性等方面都是他们十分关注的。美绮缦纺织走单品极致化路线，车间里的织机需长期处于 900 转 / 分的高速连续作业状态，因此，他们对设备震动、故障率等要求严格，只有高稳定性机型才能保障 96% 以上生产效率。而主营高端棉纱、医用面料、功能性化纤产品的企业则提出特种产品对设备在张力控制、杂质过滤效果等方面有特别需求，通用设备很难满足他们的高标准生产要求。同样，新疆企业也关注设备的能耗问题，节能型装备长期降本优势突出，成为技改、扩产的首选。此外，疆内熟练技工短缺，企业普遍追求自动化、数字化装备，计划加装自动断纬处理、自动落布、AGV 转运、在线验布等智能模块，搭建厂区物联网系统，依靠设备减少人工干预，降低人为次品损耗。

新疆地域辽阔，纺织企业更显分散，距离设备制造基地遥远，极端气候、长途物流、本地技术人才缺口形成多重制约。冬季低温会大幅提升设备安装、调试难度，若技术团队驻场配套不足，极易拉长投产周期；本地机修、工艺人员储备不足，设备出现复杂故障时自主处置能力有限，新建厂区常出现工艺调试周期拉长的问题。同时跨区域物流周期久，设备核心配件备货不足时，突发故障会直接停工耽误订单，企业普遍希望在新疆设立区域性配件仓储，压缩维修响应时长。

放眼未来发展，地区企业有非常清晰的技术升级诉求，记者调查发现，重点集中在以下三个方面：



新疆纺织正在向全产业链一体化转型。

一是希望装备厂商针对新疆特色开发定制机型，围绕化纤、色纺、医用纺织、高端袜业优化设备工艺，摆脱通用机型局限；二是配套数字化解决方案，开放设备数据接口，协助企业打通生产链的全流程数字化管控；三是完善本地化长效服务网络，在南北疆布局常态化服务网点，组建机械、电气、工艺复合型工程师团队，提供 24 小时应急抢修、定期巡检、技工实操培训等一站式服务。

采访中了解到，不少企业仍在进行新的产能布局，从纺纱到织造，从印染到终端产品等等，他们对于设备供应则锁定在了新一代智能化、数字化装备，在他们看来，先进的装备能为他们的转型升级提供强大支撑。

全链协同，新疆纺织未来可期

本次走访中，所有企业负责人均对新疆纺织产业长期发展前景持乐观态度，同时结合行业当前的竞争环境，以及新疆地区产业链配套待完善、技术配套不足等现状，提出了清晰的发展规划。

完善上下游产业链，延伸加工环节补齐产业短板成为普遍发展方向。当前疆内纺纱产能体量庞大，织造企业保有量也很充足，但印染、成衣、混纺色纺等环节仍存在发展洼地。丝路夏新计划新增印染生产线，打造坯布到成衣完整链条；奥泰纺织则将重点布局混纺、色纺产品；信达纺织制定全产业链布局规划，向上延伸棉花配套、向下拓展织布工序，横向丰富环锭纺、混纺品类；攀农棉纺深耕终端纺织品，未来将依托保税区项目扩大外贸规模。各家企业持续推进强链、补链、延链，推动新疆纺织从单一原料、纺纱环节向全产业链一体化转型。

加速数字化、智能化改造，走提质增效的高质量发展道路。随着新疆地区纺织企业增加，人才招聘也逐步成为企业要面对的问题，再加上企业长期面对的成本与利润压力，智能化升级成为企业共识。美绮缦将通过搭建厂区物联网平台，打通整经、浆纱、织机全设备数据；全棉智选、信达纺织依托新一代智能装备，持续降低用工需求；各大新投产企业均选用全自动织机、气流纺设备，以先进装备替代人工，提升人均产出效率。

受访企业呼吁更多装备制造企业深耕新疆市场，围绕地区产业特色和企业发展诉求研发设备。此外，他们同样期待纺机企业能扎根新疆，完善地区服务网络建设，为企业提供更加高效的服务。

为了新疆纺织产业的更好发展，受访企业均表示，行业企业应抱团发展，跳出低价内卷，打造差异化产业生态。针对当下纺织行业竞争状况，全棉智选直属部总经理乔卫国提出，同行应立足新疆资源优势深耕细分赛道，走特色化发展道路。多位企业家发出倡议，希望内地纺织从业者紧抓新疆产业机遇，走进新疆，大家一起抱团完善地区产业上下游配套，提升企业自身乃至新疆纺织业的竞争力，以实体产业助力边疆稳定与发展。

此次深度走访调研，我们看到了新疆纺织企业正依托地区政策、原料、能源、区位等多重独特优势，以及国内纺机装备技术的快速发展，加速向智能化、品牌化发展。随着疆内纺织企业持续加大技改投入和转型升级，借助他们的合力，新疆必将被打造成为全国乃至全球极具竞争力的纺织产业新高地。**TA**



战略合作发布会现场。

同心同行再出发

国家体育总局登山中心、中国登山协会与波司登再启新征程

■ 陈墨 / 文

6月24日，国家体育总局登山运动管理中心、中国登山协会与波司登战略合作发布会在国家体育总局训练局举行。国家体育总局登山运动管理中心主任、党委书记，中国登山协会副主席兼秘书长丁东，波司登创始人、集团董事局主席兼总裁高德康，国家体育总局登山运动管理中心副主任、党委副书记，中国登山协会副主席常建东等嘉宾和媒体代表参加活动。

活动现场，波司登正式成为中国登山队、中国国家滑雪登山队户外运动服装合作伙伴。双方围绕专业防寒装备研发、科技赋能与产品创新、国家队保障以及山地户外赛事、人才培养、青少年发展等方面开启全面战略合作，共同推动中国登山户外事业高质量发展。

战略合作正式落地，开启协同发展新篇章

作为中国登山事业的重要参与者与见证者，波司登与中国登山的渊源可追溯至上世纪90年代。近30年来，双方始终携手同行，今年，随着合作范围进一步拓展、合作内容持续深化，双方再次开启新的战略合作周期，也让这场签约被赋予了更加深远的意义。

丁东在致辞中表示，中国登山队自1956年建队以来，一次次创造了新纪录，为祖国和人民赢得了巨大荣誉，用汗水、心血甚至用生命谱写和诠释了“不畏艰险、顽强拼搏、团结协作、勇攀高峰”的登山精神。中国滑雪登山队拼搏冰雪赛场，在米兰冬奥会上获得两个第八名的成绩。登山、滑雪登山运动对装备品质、专业性能、安全防护有着极致严苛的要求，希望借本次全面合作的契机，以专业运动资源赋能品牌科技创新与品质升级；以合作为纽带，共同传播登山文化与登山精神，推动登山户外事业与产业双向赋能、共同发展。

高德康回顾了波司登与中国登山事业的深厚情缘。他表示，中国登山事业的发展不断推动着波司登突破技术边界。未来，波司登将继续发挥专业防寒装备领域优势，与国家体育总局登山运动管理中心、中国登山协会深度合作，为中国队征战世界赛场提供更有有力保障。

随后，与会嘉宾围绕“织就极境守护，共赴世界之巅”主题，共

同回顾中国登山事业的发展历程，探讨专业装备创新与中国品牌成长之路。

近年来，户外运动政策红利持续释放，2026年政府工作报告明确提出，积极发展赛事经济、冰雪经济、户外运动，这为登山户外运动发展提供了良好机遇和广阔空间。与此同时，专业装备也正从过去的保障安全，逐步向科技赋能竞技能力升级。中国品牌与国家队之间的紧密协作、同向而行，是双方优势互补、携手共赢的全新起点，更是登山户外专业力量与民族品牌深度融合的重要契机。

在现场嘉宾的共同见证下，丁东与高德康共同签署战略合作协议。未来五年，波司登将作为国家体育总局登山运动管理中心、中国登山协会战略合作伙伴，以及中国国家滑雪登山队、中国登山队官方战略合作伙伴、官方运动服装合作伙伴，为两支国家队提供全方位服装及专业装备保障服务，共同推动中国登山户外事业迈向新的高度。

签约完成后，在全场嘉宾的掌声中，“中国登山队战略合作伙伴”“中国国家滑雪登山队战略合作伙伴”正式揭牌，标志着中国登山户外专业力量与民族品牌的融合迈出了更加坚实的一步。

珠峰结缘，波司登与中国登山事业同行五十年

1975年，中国登山队再次从北坡成功登顶珠穆朗玛峰，《解放日报》刊发相关报道。这则新闻不仅成为中国登山史上的重要时刻，也深深影响了一位年轻创业者的人生轨迹。

高德康回忆，当年在上海石库门老教授家中做缝纫时，看到中国登山队登顶珠峰的消息后深受触动。“如果有一天，中国人能够穿着自主设计、自主制造的羽绒服登上世界最高峰，那该是一件多么提气的事。”

正是这份触动，成为波司登创业故事的重要起点。1976年，高德康组建缝纫组，开启创业之路。中国登山队挑战世界之巅的壮举，也在某种意义上点燃了波司登“向高而攀”的梦想。

与此同时，中国登山事业也在不断书写新的历史。

活动现场，一面中国登山历史文化展示墙吸引了不少嘉宾驻足，一张张珍贵照片描绘出中国登山事业70余年的发展画卷，也见证着一代代中国登山人不断攀登的奋斗历程。

自1955年中国现代登山运动起步以来，中国登山人始终以攀登者的姿态挑战极限。1960年，中国登山队首次从北坡登顶珠穆朗玛峰；1975年，中国登山队再次成功登顶珠峰，并完成高程测量这一重要任务，在世界登山史上留下浓墨重彩的一笔。

进入新世纪后，国家体育总局登山运动管理中心、中国登山协会持续推动登山运动普及与竞技水平提升，先后完成北京奥运会火炬珠峰传递、珠峰高程测量等国家重大任务，并积极培育登山户外运动项目发展。其中，滑雪登山成为冬奥会正式比赛项目，中国登山户外事业正迎来新的发展阶段。

而在这一过程中，波司登逐渐成长为中国羽绒服行业领军品牌。双方的发展轨迹虽然不同，却始终朝着同一个方向不断挑战更高目标、实现更高突破。

1998年，中国登山队身着波司登自主研发的“登峰1.0”成功登顶珠峰。这不仅是中国登山事业的一次历史性突破，更是中国专业户外装备领域的重要跃升。作为当年登顶队员之一，次落回忆道，那个年代的装备条件比过去强很多，登山装备的持续迭代升级，不断提升了攀登效率与安全性。

与这段感人回忆相呼应的是，波司登“登峰”系列装备展示区成为了现场关注的焦点。从登峰1.0到登峰4.0，专业登山装备依次陈列，记录着波司登在专业防寒装备领域持续突破的技术轨迹。更加轻量化的设计、更强的防护性能、更完善的极端环境适应能力……让观众直观地感受到了中国专业装备不断向上的发展历程。

2020年，珠峰高程测量登山队成功登顶珠峰，完成珠峰测高任务。

作为装备保障的重要参与者，波司登再次见证中国登山事业的重要历史时刻。从珠峰登顶到珠峰测高，再到中国国家滑雪登山队建设，双方的合作早已超越合作本身，而是在长期实践中形成了相互成就、共同成长的发展关系。

2026年，国家体育总局登山运动管理中心、中国登山协会与波司登再度携手，开启新的战略合作周期。正如常建东在接受媒体采访时所说，波司登对于中国登山而言，不仅是一家装备合作伙伴，更是一位长期同行者和见证者。某种意义上，这次签约也是两个始终坚持向上攀登的“登峰者”，在长期同行基础上的一次再升级、再出发。

五十周年再出发，波司登在“登峰精神”中寻找下一个高峰

长期以来，中国登山人以“不畏艰险、顽强拼搏、团结协作、勇攀高峰”的登山精神，一次次挑战世界极限；波司登则以长期主义深耕专业功能性服饰领域，坚持科技创新和研发投入，在材料、工艺和产品性能方面持续突破，推动中国羽绒服产业向更高水平发展。

当前，户外运动产业迎来快速发展期，登山、滑雪登山等项目也迎来了新的发展机遇。国家体育总局登山运动管理中心、中国登山协会正积极推动登山户外运动普及推广、竞技水平提升和青少年人才培养，助力登山户外产业高质量发展；波司登也正加快从“中国制造”向“中国创造”迈进。

初心如磐，方能登顶群山；携手同行，方能行稳致远。登山的价值，在于突破极限、超越自我；品牌的力量，在于坚守初心、久久为功。站在全新的合作起点上，双方将以高度契合的价值理念、扎实过硬的专业实力、精诚务实的合作态度，推动战略合作结出丰硕成果。TA

国际纱线及纤维采购平台

yarnexpo

中国国际纺织纱线(秋冬)展览会

2026.8.25 – 27

国家会展中心(上海)

8.2馆 Hall

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

苏鄂携手， 打通产教融合与产业协同新路径

■ 江虹 / 文

近日，盛泽织造品牌促进会 40 余位企业家组成代表团赴武汉，先后参与产教融合与产业对接两场专题活动，串联科创资源对接与产业协同落地，推动盛泽与武汉在成果转化和市场合作上打通关键环节，为纺织产业高质量发展注入新动能。



▶ 走进武汉纺织大学，对接科创资源

盛泽企业家代表团走进武汉纺织大学，首站参观了该校纺织科技馆，系统了解纺织新材料与先进加工技术的前沿成果。

参观过程中，给纺织企业家们留下最深印象的是中国工程院院士、武汉纺织大学党委书记徐卫林在纺纱技术领域取得的多项具有突破性的成果：

高效短流程嵌入式复合纺纱技术：突破传统纺纱原料限制，可利用低等级纤维及下脚料纺制高品质高支纱线，显著降低原料成本，拓宽原料适用范围，曾获国家科技进步一等奖。

天然纤维功能改性纺纱技术：针对棉、羊毛等天然纤维的性能短板，在纺纱环节嵌入功能组分，赋予纱线抗菌、抗紫外、导湿速干等特性，广泛应用于高端服饰与产业用纺织品。

航天级柔性防护纺织材料纺纱技术：攻克极端环境下的特种纺纱工艺，相关材料已成功应用于我国航天服等关键装备，为航天柔性防护提供核心技术支持。

在随后举行的座谈会上，武汉纺织大学副校长冯军、中国东方丝绸市场管理办公室主任孙正春、吴江区工信局副局长吕杨等领导做了主题分享。武汉纺大姜会钰、陈悟、殷玮琰三位教授围绕产业痛点，分别作重点产学研项目推介，分享最新研究成果。政企校三方就共建“武汉纺织大学（盛泽）科技成果创新中心”、技术研发与成果转化等议题深入探讨，达成多项共识。

会上还举行了“武汉纺织大学就业实习基地”授牌仪式。冯军为涂泰克、翔步、源芮、荣良、天缘、翔龙等六家企业颁发“就业实习基地”牌匾，标志着人才共育、产教融合的合作机制正式落地。

▶ 苏鄂联动，链通未来

参访期间，40 余位企业家一起参加了“苏鄂联动 链通未来”盛泽——湖北服装产业对接会。

本次对接会汇聚了苏鄂两地政企学界代表。湖北省经信厅党组成员、副厅长陈琦，苏州市吴江区工信局副局长吕扬，武汉市硚口区委

常委、区委统战部副部长姚碧波，长江国贸党委委员、副总经理卞大奎等领导出席并致辞。武汉纺织大学、湖北省市相关部门负责人及部分市州经信局代表参加活动。通过供需对接、企业推介、平台共建、战略合作签约等多种形式，推动纺织面料上游与服装制造下游的协作壁垒进一步打通。

对接会前的参观环节，长江云裳链董事长王奇向与会嘉宾重点展示了该园区以“湖北服装 AI 大模型产业互联网平台”为核心的战略定位，带领大家实地探访了服装产业 AI 大模型运营中心与时尚商贸孵化中心。代表团详细了解了园区如何依托人工智能技术，为商户及创业者提供从 AI 辅助设计、智能量体、选品对接、智能制造到金融与物流的一站式全链条服务，直观感受到纺织服装产业在“数智化”浪潮下的创新活力，充分展示了千亿级时尚产业向设计化、数智化、跨境化迈进过程中所取得的实践成果。

会上，盛泽织造品牌促进会监事长周建春、副会长陆建国作为盛泽企业代表，推介了盛泽在高端面料研发和时尚设计方面的领先优势。

在签约环节，长江云裳链分别与盛泽织造品牌促进会及盛泽织造企业、湖北服装企业、武汉纺织大学签署四项战略合作协议，共建苏鄂面辅料交易中心、面料公共集采中心、校企产业创新中心。

签约仪式后，现场进行了选品对接，盛泽企业最新面料样品集中展示，多家湖北企业达成多项合作意向。

对接会期间，盛泽织造品牌促进会会长徐德荣接受了媒体采访。他表示，“我们盛泽织造品牌促进会，这一次 40 余位企业家走进武汉，通过交流合作对接活动，收获满满。我们盛泽是丝绸古镇，湖北拥有着服装加工和市场营销的双向优势，通过这次对接，将我们的材料通过云裳链这种国企平台赋能湖北的服装企业，将材料和服装产业基地的对接做得更深入、更直接、更有公信力。我们相信未来双方合作将有持续的动能。”

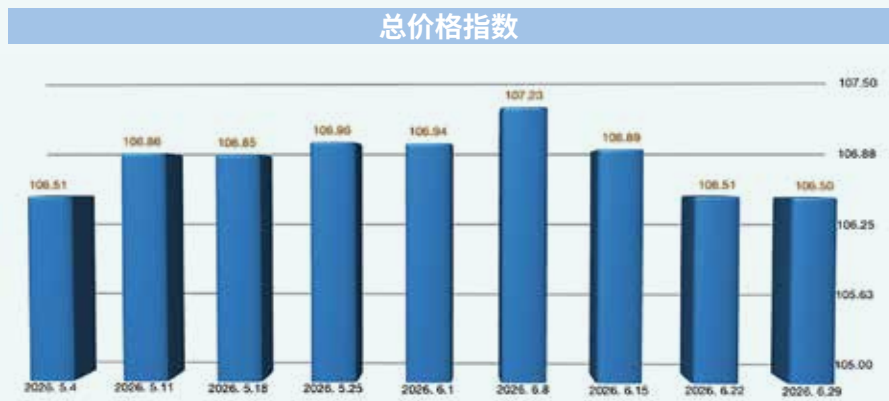
从盛泽到武汉，两座“江城”跨越千里，携手并进。从高校走访到产业对接，罗曼罗兰集团表示将继续发挥会长单位的引领作用，持续架好桥梁、搭好平台，把高校的科研成果转化为企业的市场竞争力，把合作意向变成实实在在的订单与产品，为盛泽纺织产业高质量发展注入强劲动能。TA



市场营销略显回缩 价格指数环比微跌

20260629 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20260629 期纺织品价格指数收报于 106.50 点，环比下跌 0.01%，较年初上涨 1.04%，同比上涨 0.94%。



中国轻纺城市场营销略显回缩，其中：原料市场价量环比下跌，坯布市场价量环比微跌，面料市场布匹价量环比回升，家纺类产品成交价量环比小涨，辅料类价量环比推升。

原料行情环比下跌，涤纶类环比下跌，纯棉纱类环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 92.52 点，环比下跌 0.46%，较年初上涨 6.13%，同比上涨 6.41%。

涤纶类行情环比下跌，其他化纤类行情环比下跌。本期涤纶原料价格指数收报于 85.94 点，环比下跌 0.59%。近期华东地区 PTA 现货主流 5700 元 / 吨，环比下跌 250 元 / 吨；MEG 主流 4148 元 / 吨，环比下跌 262 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 6720 元 / 吨，环比下跌 330 元 / 吨；无光切片现金或三月承兑 6650 元 / 吨，环比下跌 300 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 8262 元 / 吨，环比下跌 184 元 / 吨；FDY 报价 8575 元 / 吨，环比下跌 155 元 / 吨；DTY 报价 9368 元 / 吨，环比下跌 132 元 / 吨。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 7260 元 / 吨，环比下跌 447 元 / 吨。上游聚酯原料价格环比下跌，涤纶原料价格环比下跌，下游需求环比回缩，市场成交环比下降。

近期，其他化纤收报于 33.20 点，环比下跌 0.55%。氨纶市场成交环比回缩，价格环比下跌。40D 氨纶丝报价 29500 元 / 吨，环比下跌 300 元 / 吨。锦纶行情环比下降，价格环比下跌。锦纶 POY 报价 13650 元 / 吨，环比下跌 150 元 / 吨；锦纶 DTY 报价 15900 元 / 吨，环比下跌 80 元 / 吨；锦纶 FDY 报价 16300 元 / 吨，环比下跌 200 元 / 吨。

纯棉纱类行情环比下跌。近期，纯棉纱收报于 116.72 点，环比下跌 2.32%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比回缩，价格环比稳跌互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16550 元 / 吨，环比下跌 10 元 / 吨；普梳 32S 纯棉纱报 23800 元 / 吨，环比持平；精梳 40S 纯棉纱报价 26200 元 / 吨，环比下跌 100 元 / 吨。纯棉纱期货价格环比下跌，现货价格局部稳跌互现。

坯布行情环比回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期坯布价格指数收报于 115.30 点，环比下跌 0.09%，较年初上涨 0.55%，同比上涨 0.16%。

近期，坯布市场营销环比下跌，连日成交呈现环比下降走势。其中：混纺纤维坯布收报于 119.59 点，环比下跌 0.42%，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环比下跌。化学纤维坯布指数收报于 104.61 点，环比下跌 0.40%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶绉坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交价量环比下跌。

面料行情环比回升，价格指数环比上涨

据监测，本期面料类价格指数收报于 110.77 点，环比上涨 0.21%，较年初下跌 0.22%，同比上涨 0.21%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回升，夏季面料现货成交和订单发货环比增加，秋季面料下单环比回升。其中：麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、涤纶面料、涤棉面料、涤粘面料、时尚面料类成交价量不等量上涨。

特色分类指数中：衬衫面料指数收报于 120.09 点，环比上涨 0.72%，同比下跌 2.34%；牛仔服面料指数收报于 108.37 点，环比上涨 2.90%，同比上涨 3.41%；印花工艺面料指数收报于 118.14 点，环比上涨 0.79%，同比上涨 0.82%；染色工艺面料指数收报于 115.53 点，环比上涨 0.48%，同比下跌 0.57%；防风性面料指数收报于 108.94 点，环比上涨 0.44%，同比上涨 5.80%；防蚊、防螨性面料指数收报于 100.17 点，环比上涨 0.01%，同比上涨 0.08%。

家纺市场环比回升，价格指数环比小涨

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.95 点，环比上涨 0.12%，较年初上涨 0.05%，同比下跌 0.01%。

本期家纺类价格指数环比小涨。创新色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回升，兼具时尚元素的创意产品现货成交量和订单发货量环比增加。其中：窗帘类收报于 102.06 点，环比上涨 0.11%；素色窗帘收报于 106.45 点，环比上涨 0.22%；提花窗帘收报于 101.05 点，环比上涨 0.05%；其他家纺类收报于 94.55 点，环比上涨 0.12%；化纤家纺类收报于 92.38 点，环比上涨 0.01%。

市场行情环比推升，辅料指数环比上涨

据监测，本期辅料类价格指数收报于 111.42 点，环比上涨 0.47%，较年初上涨 0.60%，同比下跌 1.31%。

本期辅料类价格指数环比上涨。其中：花边类收报于 175.54 点，环比上涨 0.05%；窗帘布带收报于 109.05 点，环比上涨 1.54%；打孔圈收报于 99.96 点，环比上涨 0.65%；挂球和挂钩收报于 101.00 点，环比上涨 5.98%；窗帘轨道收报于 94.86 点，环比上涨 1.38%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小升走势。因下游需求局部小增，市场行情走势局部顺畅。夏季面料现货成交环比增加，秋季面料供给有所增加，初冬季面料打样和批量试单局部小增，南北客商认购踊跃度将震荡小升，市场行情走势局部顺畅。 **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

国际面料 采购中心

衬衫面料专营区

精纺细织

只为一件好衬衫

招商热线

0575-81181275
0575-81168126

招商地址

绍兴市柯桥区轻纺大道1881号
国际面料采购中心4区5楼招商推介处

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

