

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 2026.7.20 | 第26期 | 总第1274期



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



2026 第28届
中国绍兴柯桥纺织博览会(秋季)

THE 28TH KEQIAO TEXTILE EXPO (AUTUMN),
SHAOXING CHINA

11.5-7

浙江绍兴国际会展中心

Shaoxing International Convention & Exhibition Center



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

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 淼	
	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 聘	
资深摄影	关云鹤	
美编	李举鼎	
编辑/记者	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
承印:北京晟德印刷有限公司

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*

三项产改举措推出，破解中小企业技能人才短缺
《扩大消费“十五五”规划》出台，重塑纺织服装消费逻辑
广东七市成立“广货行天下”纺织服装产销对接城市联盟

08 关注 *Attention*

纺织两项成果斩获 2025 国家科学技术进步奖一、二等奖
河南纺织服装：冲刺万亿产能新征程

12 特别报道 *Special*

五年从 70 亿到 700 亿，“天门奇迹”如何炼成？



16 柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

从“实验室”到“大市场”，柯桥纺织做对了什么？
炫·沅阳：在快时尚的洪流中，坚守提花的“慢美学”
超 2370 亿元！中国轻纺城“半年红”背后的创新与韧性

20 印染 *Industry*

印染企业如何改造，才能跨越周期？

22 毛纺 *Industry*

寻道破局，发力功能性羊毛面料研发

23 展会 *Exhibition*

泓世集团赴约 APTEXPO 2026，重构户外水上服饰供应链

24 品牌 *Brand*

波司登“向绿而行”，答好可持续发展必答题

25 一线 *Frontline*

罗曼罗兰：打造“三色 AI”专属数智品牌

26 指数 *Index*

夏市营销震荡推升 价格指数环比小涨



袁春妹
《纺织服装周刊》副总编辑

BLUE OCEAN

内需托举产业蓝海

前不久，国家《扩大消费“十五五”规划》落地，明确到 2030 年社会消费品零售总额达 60 万亿元左右，并以 28 条重点任务构建扩消费机制。《规划》在推动商品消费扩容升级方面明确提出了“扩大纺织服装消费，支持纺织服装产业向中高端发展”，从国家战略层面锚定纺织服装的民生刚需与发展路径。

结合 2026 年前 5 月纺织行业运行数据来看，在外需持续承压、行业转型加速的背景下，这份规划将成为行业未来几年稳内需、调结构、塑品牌的核心政策抓手。

当前行业内外市场格局凸显深耕内需的必要性与紧迫性。从最新行业数据来看，2026 年前 5 个月全国社会消费品零售总额约 20.6 万亿元，同比增长 1.4%，消费整体复苏较为稳健。同期，纺织服饰的内需表现韧性突出，限额以上单位服装鞋帽、针纺织品零售额达 6425.2 亿元，同比增长 7.2%，跑赢全国消费大盘。反观外贸，同期的纺织品服装出口额约 1167.2 亿美元，同比仅微增 0.1%。两组数据反差，让人们看到了国内超大规模市场的更大潜力。

可以说，《规划》的全场景、全链条政策布局，为纺织行业细分赛道解锁了增量。在服务消费提质方面，《规划》提出重点壮大银发经济、普惠托育、文旅户外、健康体育消费等。这些直接对应了纺织行业的核心增量市场：养老、育儿消费扩容，将带动适老化功能服装、家纺、防护康养面料、母婴纺织品的需求爆发；而文旅、体育、冰雪产业的发展，则会持续拉动户外功能性面料、专业运动纺织品的需求升级，实现纺织品市场拓维与民生消费精准对接。

在商品消费升级方面，《规划》为纺织行业划定了清晰的升级路径。一方面，政策支持日用消费品创新提质，鼓励文创与制造业融合，这将为国潮服装服饰、纺织非遗产品、原创服饰品牌等发展提供政策支撑；另一方面，国家将大力推进个性化定制、柔性化生产，实施“千厂千面”改造计划，这些将有力推动纺织企业的转型升级步伐。同时，《规划》提出扶持自主品牌建设，将会推动行业品牌从代工贴牌向原创 IP、高端品牌转型，提升纺企核心竞争力。

新业态、新模式与绿色消费相关政策，将加速纺织产业发展新动能的建设。《规划》提出将深入推进“人工智能+消费”，支持直播电商、即时零售等数字消费规范发展，将倒逼纺企加快数字化转型，搭建小单快反柔性供应链。同时，将绿色、循环消费列为重点任务，将会推动行业完善废旧纺织品等再生资源回收体系，为再生纤维、绿色印染等细分领域打开市场新空间。

立足“十五五”开局关键节点，60 万亿级消费蓝海为纺织行业打开了广阔的增量空间。抢抓政策红利、深耕细分赛道、攻坚中高端升级、提速数字与绿色转型、深耕自主品牌培育，是当下纺企高质量发展的核心课题。变局之下，挑战与机遇共生、压力与潜力并存。锚定消费升级大势、紧跟政策导向，以实干打磨产品、以创新赋能发展，企业或许才能把握内需市场的新机遇。



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

View point / 产经看点

今年上半年，我国货物贸易进出口总值达 25.47 万亿元，这也是历史同期首次突破 25 万亿元，同比增长 16.9%。

——海关总署

7 月 9 日，商务部等 9 部门联合发布的《关于加快零售业创新发展的意见》提出，围绕规划合理布局、商品服务质量提升、存量增量协同优化、线上线下公平竞争等方面，加快零售业创新发展。

——商务部

今年上半年，线下商圈人流热度同比增长 5.7%，消费延续向好态势；战略性新兴产业相关专利授权量同比增长 15.6%，人工智能、人形机器人等前沿领域的资本投资金额同比增长 118.4%，经济高质量发展的创新引擎动力不断增强。

——国家发展改革委国家信息中心

7 月 10 日发布的《2026 中国公路运力发展报告》显示，截至 2025 年底，全国营运载货汽车保有量达 1168.9 万辆，较上年增长 1.1%，运力规模持续稳步增长。

——中国物流与采购联合会

Focus / 聚焦

三项产改举措推出，破解中小企业技能人才短缺

■ 本刊记者 _ 郝杰

7月2日，在浙江嘉兴举办的轻纺产业集群、重点企业深化“产改”推进交流活动中，三项惠及轻工纺织行业6000余万名职工的重要举措接连推出——《轻工纺织产业集群深化产业工人队伍建设改革工作指引》发布，《轻工行业技术工人薪酬激励工作指引》发布，“工会金蓝领学堂”启动，紧扣行业转型升级需求和职工技能提升诉求，助力行业高质量发展。

《轻工纺织产业集群深化产业工人队伍建设改革工作指引》由中国财贸轻纺烟草工会、中国轻工业联合会、中国纺织工业联合会联合制定，着力在轻纺行业500多个产业集群中，通过强化技能培训、完善权益保障、畅通发展通道等，破解中小非公企业技能人才短缺、职工权益保障不充分等问题，夯实产业集群技能人才根基。

《轻工行业技术工人薪酬激励工作指引》由中国财贸轻纺烟草工会、中国轻工业联合会共同编制，各级产业工会、行业协会据此指导推动所属企业围绕技能等级津贴、创新成果奖励、带徒津贴等开展集体协商，建立健全基于岗位价值、能力素质、创新创造、业绩贡献的技能人才薪

酬分配制度，促进提高待遇与提升技能良性互动。

中国纺织工业联合会副会长梁鹏程表示，产业集群是我国纺织服装产业最核心、最具竞争力的组织形态，是稳固产业链供应链、推动行业转型升级、实现高质量发展的关键支撑。历经长期培育与迭代升级，我国纺织服装产业集群已形成规模化集聚、梯度化布局、创新化转型的良好发展态势，成为支撑行业稳增长、提能级、拓空间的核心载体，为产业向全球价值链高端跃升筑牢了坚实根基。梁鹏程指出，要找准集群升级路径，同步深化产改，以产业人才支撑集群高质量发展。

据了解，纺织行业今年还将开展“工会金蓝领学堂”，线上依托“职工之家”APP等平台，线下与实训活动相结合，构建专业课程体系，面向行业职工开展技能培训。

近年来，轻纺行业各级工会广泛开展劳动和技能竞赛、“劳模工匠助企行”、劳模工匠选树培育等，推动制修订职业技能标准，持续深化行业产业工人队伍建设改革。

Direct / 直击

《扩大消费“十五五”规划》出台，重塑纺织服装消费逻辑

近日，国务院批复印发《扩大消费“十五五”规划》，明确将扩大纺织服装消费、支持纺织服装产业向中高端发展纳入生活类商品消费扩容升级重点任务，为未来五年纺织服装行业内需提振、结构转型、场景创新划定清晰路线图。跳出纺织服装“衣食刚需”的传统定位，《规划》将纺织服装消费上升为品质消费、文化消费、场景消费、生命周期消费综合载体，以顶层设计打破行业长期同质化价格战困局，依靠供给创新、场景再造、圈层细分、循环经济四大独特路径，为纺织服装消费打开区别于过往周期的全新增长空间。

《规划》明确，到2030年，消费市场总体规模持续扩大，居民消费率明显提高，全社会商品和服务消费较快增长，社会消费品零售总额达到60万亿元左右，消费对经济增长的拉动作用进一步增强。

业内分析指出，《规划》将彻底改写纺织服装行业的增长范式。未来五年，行业消费增长不再依赖门店扩张、低价走量、节日大促等传统手段，而是依靠场景创新、文化赋能、圈层细分、循环生态四大独特抓手。对于头部品牌而言，政策红利在于摆脱国内低端存量市场竞争，依靠差异化产品抢占升级消费市场；中小服装企业可深耕垂直细分赛道，依托场景化、圈层化需求打造小而美特色品牌。

长远来看，纺织服装消费将成长为拉动时尚消费、文化消费、绿色消费的重要支柱，在国内大循环格局下，走出一条高质量扩容路径。（郝杰）

全国200余家优质展商亮相2026芦淞时装周

日前，以“势起潇湘·衣链未来”为主题的2026芦淞时装周在株洲国际会展中心举办。活动首次创新设立“株洲国际会展中心主会场+芦淞区分会场”双核驱动模式。

会展中心内，开幕式与本土时尚IP“株洲秀”燃动全场。首位

登上巴黎歌剧院的中国著名设计师熊英携品牌盖娅传说《絮落》系列、株洲女裤领军品牌创始人刘艳姣携品牌韩奢美、本土原创设计师欧砚子携品牌筹野相继亮相。品牌服饰展上，株洲、虎门、柯桥、汕头、深圳、青岛等地200余家优质展商汇集于此，涵盖精品女装、芦淞女裤、男装、童装、户外服饰、标志服、AI智能设备、电商等全品类。2026新时代服饰主理人大会、服饰产业“青创株洲”路演竞赛等活动也相继举办。

分会场同样精彩纷呈，株洲裤业展览会、龙泉（服饰）智能制造产业园开园仪式、后浪LOC时尚产业暨主理人共创计划启动仪式、品牌精品展暨购物狂欢节、炎帝服饰文化艺术节、“智启新境·融合共生”论坛等活动轮番上演。

作为株洲千亿服饰产业面向全国、链接全球的核心展示窗口，此次活动与同期举办的2026湖南内外贸一体化融合发展博览会深度“场景联动”。从智能制造到原创设计，从产业对接到消费体验，全景呈现芦淞服饰全产业链生态。

据介绍，芦淞服饰产业规模已突破750亿元，产品远销150多个国家和地区。2025年，芦淞区纺织服装特色产业集聚区成功入选国家纺织服装特色产业集聚区重点培育名单。乘着内外贸一体化与产业智能化的时代东风，2026芦淞时装周正以更加开放的姿态，链接设计、品牌、科技与全球市场。（林芸）



盖娅传说等高端品牌亮相2026芦淞时装周。

Scene / 现场

广东七市成立“广货行天下”纺织服装产销对接城市联盟

为贯彻落实广东省委省政府关于运用新技术、新工艺、新材料、新设备赋能传统产业工作部署，由广东省工业和信息化厅主办，揭阳市工业和信息化局、普宁市人民政府承办的“广货行天下”纺织服装产销对接城市联盟成立、“粤智赋”优质资源赋能服装鞋帽产业带、广东省塑料鞋提质升级研究中心揭牌等活动于7月9日在揭阳市举办。

制造业赋能和“广货行天下”促销售工作是今年广东省委、省政府重点谋划部署的开拓性、创新性工作，目前广东上线了广东省制造业赋能线上对接平台“粤智赋”，可以24小时帮助企业精准对接AI应用、研发创新、品牌建设、市场拓展等赋能机构。据了解，今年广东省工业和信息化厅支持举办了80余场纺织鞋服行业的“广货行天下”、制造业赋能专场活动。下一步，将聚焦时尚创新、数字智造、高端品牌三大方向，全力推动广东服装鞋帽产业迭代升级、提质增效。

活动中，深圳、汕头、佛山、汕尾、东莞、中山、揭阳七市共同宣告成立“广货行天下”纺织服装产销对接城市联盟；华为、中国银行、阿里巴巴、榕江实验室、广东省工业设计协会、广东简绎服饰等代表分别作了人工智能、金融、销售、研发、工业设计、品牌等赋能方案宣讲，剖析了典型赋能案例。活动还分区域组织企业与赋能机构开展面对面、一对一深度对接交流。（何亮）

威海市成立人工智能赋能纺织服装共同体

7月3日，威海人工智能赋能纺织服装共同体正式成立。该共同体由威海九家纺织领域龙头企业与浪潮集团联合组成，形成覆盖设计、生产、供应全链条的协同矩阵，推动威海纺织服装产业智能化转型进入“抱团发展”的新阶段。

人工智能作为新一轮科技革命和产业变革的核心驱动力，正深刻改变着全球制造业的竞争格局。近年来，威海紧抓发展机遇，在智能算力、工业互联网、人工智能大模型等关键领域持续发力，累计打造房车等6个省级产业大脑、224家数字经济晨星工厂。

轻纺服装产业链是威海的标志性产业链之一。去年，威海支持龙头企业建立省级工装产业联盟，整合产业链上下游百余家企业资源，推动相关企业迈入“集群作战”新阶段。面对人工智能领域蓬勃发展的现状，此次威海又以成立共同体的方式，“接棒”带动产业发展——以产业链龙头企业为牵引，以AI赋能为引擎，共同体的服务范围从工装细分领域拓展至全产业链，推动全行业“智造”转型。

对于AI赋能，威海不少轻纺服装企业早已先行先试。共同体的成立，将这些“先行者”汇聚到同一平台，彼此互通有无、协同发力，共同促进轻纺服装产业链高质量发展。威海市工业和信息化局工作人员介绍，共同体将聚焦产业发展现状，推动AI技术在产业实际中的应用，帮助产业链上下游企业降低环节成本，打造智慧服务创新应用高地，持续推动纺织服装产业优化升级、提质增效。（吴言）

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

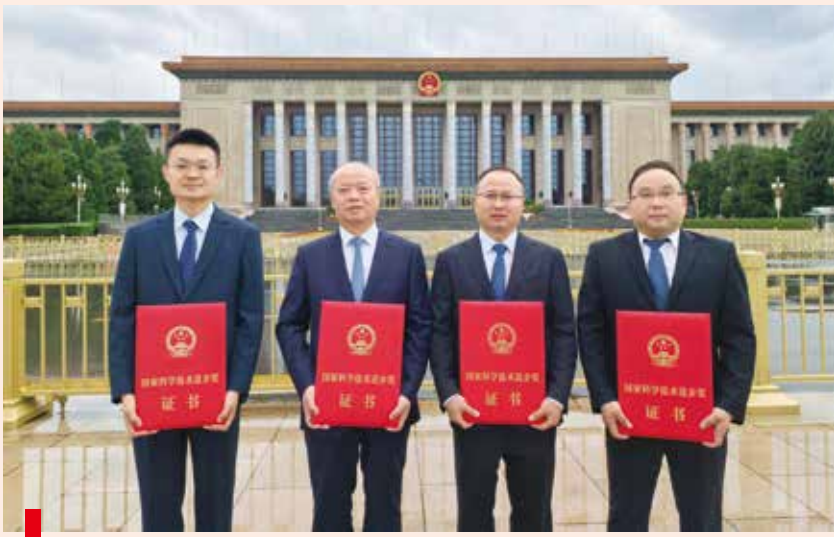
协会 logo: 中国纺织工业联合会 COTC, 中国国际贸易促进委员会 CCPIT, 德国法兰克福展览集团 messe frankfurt



官微订阅号



桐昆集团牵头、东华大学王华平研究员担任第一完成人的“聚酯纤维产业链绿色与智能制造关键技术”项目荣获 2025 年度国家科学技术进步奖一等奖。



浙江理工大学牵头主持的“高性能聚酰胺 66 工业丝连续聚合熔体直纺关键技术及高端轮胎应用”项目荣获 2025 年度国家科学技术进步奖二等奖。

纺织两项成果斩获 2025 国家科学技术进步奖一、二等奖

■ 本刊记者 _ 郭春花

7月8日，国家科学技术奖励大会、两院院士大会、中国科协第十一次全国代表大会在北京人民大会堂隆重召开，2025年度国家科学技术奖正式揭晓。共评选出258个项目和11名科技专家，中国科学院物理研究所陈立泉院士和中国电子科技集团有限公司贡德院士获国家最高科学技术奖；国家自然科学奖51项，其中一等奖3项、二等奖48项；国家技术发明奖58项，其中一等奖3项、二等奖55项；国家科学技术进步奖149项，其中特等奖3项、一等奖13项、二等奖133项；授予9人中华人民共和国国际科学技术合作奖。

其中，由中国纺织工业联合会提名的“聚酯纤维产业链绿色与智能制造关键技术”项目获得2025年度国家科学技术进步奖一等奖，“高性能聚酰胺66工业丝连续聚合熔体直纺关键技术及高端轮胎应用”项目获得2025年度国家科学技术进步奖二等奖。

聚酯全产业链绿色智造关键技术实现自主可控

“聚酯纤维产业链绿色与智能制造关键技术”项目由桐昆集团牵头、东华大学研究员王华平担任第一完成人，联合浙江理工大学、东华大学、浙江恒逸石化有限公司、北自所（北京）科技发展股份有限公司、中控技术股份有限公司、中国纺织科学研究院有限公司、江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司等十家单位共同研发。作为纺织工业领域重磅国家级科技荣誉，该成果标志我国聚酯纤维产业自主创新能力显著提升，为纺织行业高端化、智能化、绿色化转型与新质生产力培育树立标杆。

聚酯纤维是纺织工业的“工业主粮”，产业发展事关国计民生。我国化纤产量占全球70%，其中聚酯纤维产量位居各类化纤首位。聚酯纤维产业的持续升级既从源头有效纾解“粮棉争地”问题，又提升了产业竞争力，稳固本土产业根基、防范产业链外迁，还为产业链下游产品提质、品牌培育、能效升级打下坚实发展基础。东华大学研究员王华平、中国科学院院士朱美芳等项目团队长期深耕聚酯纤维领域，联合桐昆集团等行业龙头企业及多家合作单位，紧扣我国聚酯纤维产业链安全与国际竞争、“双碳”与可持续发展的重大战略需求，历经十余年协同攻关，首创“一头三尾”多点添加的大型聚合、纺丝、加弹工艺模块化数字化联动平台，实现差异化功能聚酯纤维敏捷制造，推动制造与服务深度融合，增强产业韧性，有力支撑了中国化纤强国建设。

该项目构建了自主可控的先进制造体系，实现三大核心技术突破：首创PTA—PET直通式耦合低碳制造模式，创新开发环保钛系催化剂及工程

应用技术，发明原油型化纤油剂及绿色上油技术，建立聚酯纤维全生命周期绿色标准；完成全流程自动化装备升级、DCS控制系统规模化国产化替代，建立工艺与质量控制系统的智能制造体系，构建可复制推广的“中国方案”；首创“多头多尾”串并联复合式聚合技术平台，构建聚合、纺丝、加弹工艺模块化体系，实现差异化聚酯纤维产品专业化定制及多区域协同敏捷制造，推动制造与服务深度融合。

据介绍，该项目共获76项授权发明专利、10项软件著作权、14项国家及行业标准的自主知识产权体系，获省部级科技进步奖一等奖5项。经院士专家组鉴定，总体技术达“国际领先水平”。成果已在浙江、江苏、新疆等基地及行业10余家单位推广，带动行业能耗与不良品率显著下降。桐昆作为牵头单位，凭借项目示范效应，入选全国首批“无废企业”典型案例，并获评“国家服务型制造示范企业”“国家卓越级智能制造示范工厂”。

高性能聚酰胺 66 工业丝实现连续聚合熔体直纺

聚酰胺66工业丝具有优异的机械强度和耐磨性，是高端轮胎不可或缺的关键骨架材料。现有聚酰胺66工业丝强度和耐热等性能无法满足航空等高端轮胎极端工况服役要求，开发高性能聚酰胺66工业丝刻不容缓。

“高性能聚酰胺66工业丝连续聚合熔体直纺关键技术及高端轮胎应用”项目由浙江理工大学、神马实业股份有限公司、中国化工集团曙光橡胶工业研究设计院有限公司、中国纺织科学研究院有限公司、平顶山神马帘子布发展有限公司、现代纺织技术创新中心（鉴湖实验室）、华东理工大学等单位共同完成，历经十年技术攻关，通过产学研用合作成功研发高性能聚酰胺66工业丝连续聚合熔体直纺及高端轮胎应用技术。

该项目以大容量熔体直纺制备高性能聚酰胺66工业丝为目标，攻克大容量高黏聚酰胺66连续聚合、多头直纺、高载荷大变形轮胎胎体结构设计技术和轻量化技术，解决高黏熔体难以大容量连续聚合与直纺的国际难题，建成万吨级高性能聚酰胺66工业丝连续聚合熔体直纺生产线，产品成功应用于多型高性能航空轮胎。这项重大创新成果保障了国家战略安全和产业链安全，项目研发的高性能聚酰胺66工业丝及帘子布国际市场占有率超1/3，全球第一，有力保障了我国航空轮胎应用需求。项目科技创新突出，获发明专利35件，牵头制定国家标准3项，形成了完整自主知识产权体系，实现了高性能聚酰胺66工业丝及高端轮胎的规模化生产，经济和社会效益显著。TA



轻纺城集团 | 北联市场
TEXTILE CITY GROUP CURTAIN MARKET

帘启新程 智创未来
NEW JOURNEY UNVEILED FUTURE FORGED WITH WISDOM

2026 柯桥·中国轻纺城北联
窗帘布艺(秋季)展览会
2026 KEQIAO · CHINA TEXTILE CITY NORTH UNION CURTAIN & FABRIC (AUTUMN) EXHIBITION

展会时间
TIME 2026.8.12^{Wed}-8.14^{Fri}

展会地址
ADD. 中国轻纺城北联市场4楼 A馆

「展品范围」

窗帘窗纱窗饰 墙纸墙布墙饰
家居布料配件 工程帘 家居整装服务等

「主办单位」

浙江中国轻纺城集团股份有限公司

「服务热线」

0575-85688828 / 18067678682





科技、时尚、绿色是河南纺织迈向“十五五”的三重驱动力。

河南纺织服装：冲刺万亿产能新征程

■ 本刊记者_李亚静

站在“十五五”规划的开局之年，当新质生产力成为全国制造业转型升级的核心命题，作为传统支柱产业与重要民生产业的纺织服装业，在中原大地上正经历一场深刻的重塑。

2026 年是“十五五”规划开局之年，《河南省国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》正式发布，为河南全省纺织服装产业提质升级作出顶层部署；2025 年 10 月底，河南集中印发十大产业提质升级行动计划，其中《河南省纺织服装产业提质升级行动计划》《河南省轻工业提质升级行动计划》进一步明确细分领域实施路径。二者前后衔接、梯次推进，构建起完善的政策支撑体系，为河南省锚定万亿级现代轻纺产业集群目标、推动纺织服装产业高质量发展搭起清晰框架。乘着“十五五”开局起步和新质生产力发展的东风，河南纺织服装业正持续在全国产业新版图中擦亮“中原纺织”的新招牌。



“十五五”规划下的产业新定位

纺织服装产业是河南培育新质生产力的核心落脚点之一。《河南省国民经济和社会发展第十五个五年规划纲要》中对纺织产业的提质升级作出部署：要坚持标准提升引领、数智技术赋能，实施传统产业优化提升方案，聚焦轻纺等领域“提品质、创优势、强品牌”；要打造制造业企业雁阵，围绕重点产业链群，培育打造一批根植河南、具有品牌影响力和综合竞争力的领军企业；要深化产业园区改革发展，构建现代化园区矩阵，推进平顶山尼龙新材料等先进制造业集群发展，因地制宜发展新质生产力，构建以先进制造业为骨干的现代化产业体系等。

去年 10 月，河南印发十大产业提质升级行动计划，《河南省轻工业提质升级行动计划》《河南省纺织服装产业提质升级行动计划》提及未来五年河南纺织服装产业的发展目标与实施路径，为河南纺织服装产业锚定新质生产力发展方向。

《河南省轻工业提质升级行动计划》明确坚持智能化、绿色化、时尚化发展方向，到 2027 年主导产业龙头带动更加强劲、集聚优势更加突出、产业规模更加壮大，培育 4 个国家级消费名品企业品牌和区域品牌、6 个国家级“数字三品”应用场景典型案例，进一步巩固提升中西部轻工大省地位，整体发展水平跃居全国第一方阵。

《河南省纺织服装产业提质升级行动计划》明确以集群化、品牌化、时尚化、国际化为发展方向，做强做优产业、打造特色集群、构建品牌矩阵、培育优势企业、优化产业生态，到 2027 年培育 4—5 个国家级消费名品区域品牌和企业品牌，2—3 个国家级“数字

三品”应用场景典型案例，力争培育一批具有全国竞争力的特色产业集群，打造中国特色化纤产业高地和中西部最具影响力的纺织服装制造基地，加快建设纺织服装强省。

一系列的政策文件中，可以窥见河南纺织服装产业发展的核心逻辑是“统筹推进培育新动能和更新旧动能”。这意味着，河南纺织产业要向科技、时尚、绿色转型。在政策指引下，河南纺织服装产业具有较强韧性和深远前景。

从“劳动力红利”到“体系竞争力”

回望河南纺织服装产业的发展历程，这是一条与沿海省份截然不同的道路。

长期以来，河南依托人口大省的劳动力优势，以承接产业转移为主要路径，逐步构建起从纺纱、织造、印染到服装、家用、产业用纺织品的全产业链。以新乡化纤、中纺绿纤为代表的链主企业在全产业链中占据关键位置；以逸阳、娅丽达等为代表的品牌企业正在推动“豫派”时尚品牌走向全国。

同时，以“一县一品”为特征的县域产业集群，如夏邑棉纺、光山羽绒、安阳柏庄童装、邓州穰东裤装等，构成了河南纺织服装产业的基底，通过“中心工厂+卫星工厂”的模式，将产业延伸至县乡村，在带动就业、促进乡村振兴方面发挥着不可替代的作用。

但“十五五”的命题更加深刻。河南省服装行业协会会长张勋在工作报告中曾提到，河南纺织服装产业正处在从“规模扩张”向“内涵提升”、从“制造大省”向“时尚强省”跨越的决胜期。这一跨越的核心不再是简单的产能叠加，而是从要素驱动转向创新驱动，从产品输出转向价值输出。

数据的背后是结构性的跃升。目前，河南已有商水县、邓州市纺织服装特色产业集聚区成功入选工业和信息化部第一批“一县一策”中西部地区纺织服装特色产业集聚区重点培育名单。河南省规上纺织服装企业数字化研发设计普及率和关键工序数控化率持续提升，一批智能化工厂、柔性供应链正在改变河南纺织的传统面貌。

乡村振兴与“巧媳妇”的共富实践

河南纺织服装产业的独特性在于产业本身，更在于它与中原大地千千万万家庭命运的深度绑定。

“巧媳妇”工程是河南纺织最富温度的一张名片。这项发端于县域、深耕于乡村的产业富民行动，将服装加工点下沉到乡镇、村庄，让留守妇女在家门口实现稳定就业。截至目前，河南已在全省布局数千个“巧媳妇”共富工坊，吸纳大量农村劳动力就近就地就业，实现了“进厂不进城、就业不离乡”的发展模式。

2025 年，河南进一步发起成立河南省乡村服装产业联盟。首批吸纳百余家涉农纺织服装企业、专业合作社、供应链厂商和设计机构，推动县域产业从“单打独斗”转向“集团作战”。在淮滨县，国泰华盛、浙江小布象等跨境电商企业成功落户；在光山县罗陈乡、十里镇，良友服饰、泓成服饰布局卫星工厂，将闲散劳动力与闲置场地有效整合。

这一模式的意义已经超越了产业本身。在“十五五”规划中，乡村振兴被置于突出位置，而纺织服装产业正成为河南落实乡村振兴战略最具体、最可持续的抓手之一。一根针、一条线，织出的是产业发展与民生改善的同频共振。

乘着“十五五”开局起步
和新质生产力发展的东风，
河南纺织服装业正持续在全国产业新版图中
擦亮“中原纺织”的新招牌。



科技、时尚、绿色的三重驱动

如果说县域经济和乡村产业是河南纺织的“底盘”，那么科技、时尚、绿色则是河南纺织迈向“十五五”的三重驱动力。

科技创新正在改变河南纺织的底层逻辑。在平顶山，中国尼龙龙产业的发展已成为全国绿色纤维与循环经济的重要标杆；在郑州，AI 辅助设计、3D 虚拟试衣、智能制造技术加速渗透。河南省服装行业协会明确将“数智赋能专项行动”作为“十五五”重点任务，推动人工智能、大数据、云计算与服装制造深度融合，着力构建数据驱动、人机协同、共创共享的智能生态。

时尚创意正在重塑河南纺织的产业形象。长久以来，河南以制造见长，设计力是亟待补齐的短板。如今，这一局面正在被打破。河南时尚周、中国（河南）国际大学生时装周、形象设计师职业技能大赛等品牌活动持续举办，一批具有河南文化特色的新锐品牌 and 设计师崭露头角。“豫派”时尚等原创 IP 正在形成，汉服、定制、针织、电商等专委会构建起多层次专项活动矩阵。

绿色转型则为河南纺织标注了可持续发展的底色。围绕美丽河南建设目标，河南正协同推进降碳、减污、扩绿、增长。绿色纤维、节水减排、清洁能源等技术加快推广，产品碳足迹核算与绿色认证逐步完善。从绿色设计到绿色制造，从废旧纺织品循环利用到绿色消费引导，一条覆盖全生命周期的绿色供应链正在加速形成。

冲刺万亿，织就中原新篇章

站在“十五五”开局的节点上，河南纺织服装产业的目标清晰而坚定：冲刺万亿级产业规模，打造中西部最具影响力的纺织服装智能制造基地。

这一目标的实现路径已经明确，张勋在河南省服装行业协会理事会工作报告中指出，“十五五”期间，将以培育新质生产力为主线，以推动高质量发展为主题，聚焦科技赋能、时尚引领、集群聚变、品牌跃升、绿色转型等重点任务，固优势、破瓶颈、补短板，加快构建现代化纺织服装产业体系；高起点、高品质、大体量打造纺织服装生产加工智能制造基地，为冲刺万亿产能目标凝聚更强合力、展现更大担当、实现更大作为。

此外，张勋明确了 2026 年的重点任务：深化“一县一品”布局，推动女裤、毛衫、防晒服等特色单品向百亿级集群迈进；加快经开区时尚产业总部基地、中牟新区户外运动项目落地，深化与抖音、希音等平台合作，发展跨境直播新业态。以一系列务实举措，加快构建现代化纺织服装产业体系，为冲刺万亿产能目标凝聚合力。

从“织衣”到“造物”，从“制造”到“智造”，从“产品”到“品牌”，河南纺织服装产业的每一次跃迁，都深刻诠释了传统产业不传统的无限可能。TA



天门以系统性变革重塑产业生态。

五年从70 亿到 700 亿，“天门奇迹”如何炼成？

■ 本刊记者 _ 罗欣桐

近日，以“天门衣尚·智链全球”为主题的 2026 天门服装电商产业大会在天门市举办。本次大会由湖北省经济和信息化厅指导，中国纺织工业联合会、天门市人民政府主办，中国纺织工业联合会流通分会、天门市服装电商行业协会承办，旨在立足中部、联动全国、面向全球，推动天门服装电商产业向数字化、品牌化、全球化价值链高端迈进。

五年十倍增长，“天门奇迹”引发行业关注

近年，一组“天门数据”引发行业高度关注：从 2021 年到 2025 年，天门服装电商交易额从 70 亿元跃升至 700 多亿元，五年增长十倍。全市建成纺织服装产业园区 37 个，入驻企业 1088 家，市场主体达 4.3 万户，电商店铺超 1.3 万家。年快递业务量突破 4.34 亿件，日均出单超 100 万件，物流综合成本位居中部地区最优。产品远销全球 150 多个国家和地区，跨境电商规模连续多年位居全省第一，已在泰国、美国、日本、马来西亚等国家布局海外仓。产业带动近 10 万人返乡创业、16 万人就地就业，“天门衣尚”获评湖北省十大劳务品牌。

这一跨越式发展的背后，是天门以系统性变革重塑产业生态的持续努力。从“百里棉乡”到“全球衣橱”，天门走出了一条中部地区传统产业转型电商新模式独特路径。

“天门衣尚”耀启新章，开幕式盛装举行

“天门服装电商规模持续壮大、链条日趋完善、版图不断拓展，走出了一条具有县域特色的产业高质量发展路径。”中国纺织工业联合会流通分会会长徐建华指出，当前，消费需求加快向品质化、个性化升级，直播电商、跨境电商等新业态多点开花，数字技术与 AI 已

深度融入产业全链条。期待天门以大会为新起点，持续夯实产业基础、强化原创设计与品质管控，统筹国内国际两个市场、培育跨境电商新增长极，在数智转型上纵深推进，完善高效协同的供应链体系，推动产业迈向更高能级。中国纺联流通分会将持续深耕天门、助力赋能，共同推动纺织服装产业高质量发展。

湖北省经济和信息化厅党组成员、副厅长陈琦表示，湖北省是中国近代纺织工业的重要策源地，历经百年传承，纺织服装已成为湖北省“传统支柱产业、民生基础产业、国际竞争优势产业”的亮丽名片。近年来，享有“百里棉乡”美誉的天门，描绘了一场传统产业“老树发新芽”的生动图景。“智链全球”既是此次大会的主题，也是纺织服装产业跃升的核心方向。湖北省经信厅将一如既往支持天门纺织服装产业发展，在政策赋能上“加力提效”，持续打造综合成本“洼地”与开放创新“高地”；在创新驱动上“数智并举”，推动产业链向高端化、智能化跃升；在生态重构上“破圈出彩”，以金牌“店小二”精神护航企业成长，加快推动天门打造引领中部、辐射全国的纺织服装产业标杆城市。

天门市委书记、市人大常委会主任纪道清表示，近年来，天门大力推动纺织服装产业焕新升级，产生了一条“链带火一座城”的良好效应，形成了群众动起来、社会转起来、经济活起来、信心强起来的生动局面。天门诚邀大家共建平台，坚持以会为媒，经常性开展行业交流、资源对接、品牌展示等活动，打造“搬不走”“分不开”的永久品牌，把天门服装电商产业大会办成服装人的“广交会”“进博会”；共兴产业，做强纺织服装“根植性”主导产业，推进人工智能贯穿服装设计、生产加工、仓储物流等各个环节，完善“天门衣尚”供应链平台，用好“总部入园区、分厂到乡镇、车间进农家”的生产模式，

推动园区成网、产业成链、发展成势，加快建成纺织服装产业千亿集群；共创品牌，全面提升“天门衣尚”行业美誉度、市场认可度，实现“生产服装扎根天门、批发服装首选天门、购买服装认准天门”，让“天门衣尚”品牌链接全球、唱响天下。

开幕式上还举行了天门纺织服装博物馆捐赠仪式，公布了“天门衣尚”杯纺织服装产业链职业技能大赛获奖名单。随后，举行了系列合作签约仪式。天门现代纺织产业技术研究院、天门市盛和锦纶科技有限公司、永昌（天门）新材料有限公司、怡马（湖北）新材料科技有限公司、湖北广纶科技有限公司、湖北起点产业园管理有限公司、湖北省莱依宛服饰有限公司等企业代表共同签订现代纺织产学研合作协议；京东服饰零售男女装总经理秦伟与天门市副市长陈明敏签订战略合作协议。

全国政协常委、湖北省人大常委会副主任、民盟湖北省委主委杨云彦宣布大会开幕；天门市委副书记、市长肖敏主持开幕式。

产业大会重磅发布，勾勒“十五五”产业蓝图

在主题报告环节，中国纺织工业联合会秘书长夏令敏以“数智赋能链接全球——奋力谱写天门纺织服装产业高质量发展新篇章”为题指出，中国纺织工业已建成全球规模最大、产业链最完整的现代纺织工业体系，2025 年全行业规上企业营业收入达 4.5 万亿元，到 2030 年将继续保持世界领先。当前，行业两化融合水平达 65.6，电商渠道在服装零售中占比突破 50%，AI 正沿研发设计、生产制造、消费流通三大链路深度渗透。

天门是“十四五”期间行业弯道超车实现跨越式发展的代表性产业集群，走出了一条以“归雁经济”激活地方产业的特色发展之路。夏令敏建议，天门在“十五五”期间要继续塑造服装电商新优势、发展跨境电商新增量、打造产业协同新生态、拥抱数智技术新浪潮、厚植人才沃土新根基，延续强劲势头，再创新的“天门奇迹”。

中国工程院院士、武汉纺织大学党委书记徐卫林作“纺织服装品牌牵引科技创新发展”主题报告，从纺织产业链的技术创新与品牌建设、代表性成果及相关品牌的合作案例、标准创新及牵引促进品牌建设升级等三个方面，详细阐述核心技术突破是品牌价值提升的关键支撑。徐卫林建议天门强化科技牵引品牌、品牌反哺创新的发展逻辑，走以创新驱动品牌跃升的特色路径。

会上，天门市人民政府副市长刘娟发布了《聚势·共生：天门服装电商产业发展愿景》，明确“十五五”将实施“1369”战略，锚定“全国纺织服装产业高地”定位，力争到 2030 年规上工业总产值达 500 亿元，构建“一核三镇多支点”全域电商生态。她表示，天门交通便捷，融入武汉 1 小时生活圈，产业发展要素充足，营商环境优渥。政务上，“天天顺”极简审批、全程代办、极速落地；政策上，2 亿元服装专项基金定向扶持，专属“天服贷”精准纾困。天门诚邀各位企业家走进天门、投资天门、扎根天门，与天门共享发展新机遇，共建产业新未来。

亚马逊全球开店华中区域战略拓展总监张子慧在“AI 重塑出海新范式”演讲中指出，全球跨境电商年复合增长率达零售电商的 3.18 倍，预计 2032 年市场规模将达 2022 年的 10 倍，AI 正从效率工具进化为决策核心。截至 2025 年底，超 3 亿消费者使用亚马逊 AI 购物助手，购买转化率提升约 60%；超 98% 的受访中国卖家已在业务中应用 AI 工具。她将天门列为华中核心产业集群，并表示亚马逊团队将以全生命周期一站式服务，助力天门服装企业实现“开售即全球”。

大会组织了“天门衣尚”产业生态深度考察，与会嘉宾走访了永昌（天门）新材料有限公司、起点产业园及石家河遗址博物馆等。当晚还举办青年企业家沙龙，搭建青年企业家资源共享、合作共赢的平台。此外，中国纺织工业联合会流通分会理事会议、共生交响·霓裳天门——“天门衣尚”金顶奖设计师联名发布秀、“乐购湖北”直播电商季、“乐购湖北”时尚消费季等多项活动同期举办，助力天门加快打造具有全国影响力的纺织服装产业高地。

特别看点



“天门衣尚”发布秀 惊艳江汉平原

日前，天门市体育馆灯光璀璨、霓裳飞扬。作为 2026 天门服装电商产业大会的启幕活动，“共生交响·霓裳天门”——“天门衣尚”金顶奖设计师联名发布秀在这里精彩上演。两度问鼎中国时装设计最高荣誉“金顶奖”的著名设计师刘勇，与天门联袂呈献了一场融合传统文化与当代时尚的视觉盛宴。

近年来，天门依托深厚的产业底蕴，乘着数字经济的东风，让一件件精美的服装从天门出发，跨越山海，加速构建起通达世界的“全球衣橱”。此次联名发布秀立足天门深厚的纺织文化底蕴与坚实的服装产业基础，特邀金顶奖设计师团队联合本土力量创作，以“时尚设计+文化底蕴+天门制造”的模式，以“文化赋能设计、设计激活产业”为创作路径，不仅让传统文化在当代时尚中获得新生，也为天门服装从“产品输出”走向“品牌输出”提供了极具启发性的实践样本。

本次联合发布秀，刘勇从“天门衣尚”品牌现有产品矩阵中精心甄选出 30 套代表之作，以设计师的独到视角进行重新搭配与编排。这 30 套基于“天门衣尚”品牌基因、融合个人设计语言而全新创作的联名作品，以《穹宇回响》为主题，广表天空为灵感，将昼夜变幻的色彩萃取成衣，分为“天际蔚蓝”与“沉夜诗篇”两大系列，共同诠释了“天门衣尚”从产品力走向品牌力的无限可能。

“天门衣尚”区域公用品牌自 2023 年发布以来，已建立起涵盖 6 大类 26 个二级子体系、194 项标准的品牌管理标准体系，品牌影响力持续攀升。此次联名发布秀的部分作品将进入“天门衣尚”品牌产品体系，通过天门成熟的电商渠道和跨境网络推向市场，实现“秀场即卖场、设计即产品”的商业闭环。（罗欣桐）



共话服装电商新未来

“衣见如故，衣见倾心——青年企业家沙龙”举办

■ 本刊记者_罗欣桐

作为 2026 天门服装电商产业大会的重要活动之一，“衣见如故，衣见倾心——青年企业家沙龙”于近日在天门市举行。来自中国纺织工业联合会流通分会、中国服装协会、天门市的领导，以及天门本地和来自全国各地的青年企业家代表齐聚一堂，围绕品牌建设、产业升级、跨境直播、AI 赋能等话题展开深入交流。沙龙旨在搭建青年企业家资源共享、合作共赢的交流平台，激活产业创新动能。

从“裁缝之乡”到“千亿产业”，天门服装厚积薄发

天门市已建成纺织服装产业园区 37 个，集聚市场主体 4.3 万户，电商店铺 1.3 万家，2025 年服装电商交易额突破 700 亿元，女装销量稳居全省第一。天门市人民政府副市长刘娟用一组数据勾勒出产业硬实力。她表示，当前天门正处在优势重塑、资源集聚、人气升腾、赶超窗口、干事黄金“五期叠加”的关键阶段，正全力冲刺千亿产业集群、建设“服装电商名城”，并寄语青年企业家在 AI 设计、跨境电商、“小单快反”等变革浪潮中勇立潮头，承诺政府将以最优服务保障企业安心扎根。

中国纺织工业联合会流通分会会长徐建华表示，纺织服装行业正深度融合数字技术，迎来全新发展机遇。青年企业家承载着产业未来，成长环境赋予其洞察新式消费的独特优势，抢占青年市场是行业发展关键。如今消费者对个性化、性价比、质价比需求凸显，唯有走差异化、数字化路径，才能精准服务青年消费群体。天门电商、跨境电商数字化发展成效显著，但品牌培育、企业数字化转型等方面仍存在短板，需持续提升发展。他热忱邀约全国青年企业家关注天门、投资天门，依托产业联盟、技术赋能、市场联动开展双向合作，打造共生共赢的产业生态，携手助力纺织服装产业迈向科技、时尚、绿色、健康的高质量发展之路。

湖北起点产业园管理有限公司总经理、天门市服装电商行业协会会长费文分析了天门服装产业的四大核心优势。“小单快反”的柔性供应链能力——单款 50 到 100 件就能起单，爆款 48 小时内完成返单交付；成本和效率的极致优化——天门是湖北快递成本最低的城市之一；梭织时装的工艺积淀——在连衣裙、衬衣、女式套装等品类上有几十年技术积累；天门独有的“归雁”效应——近 10 万人返乡创业就业，带回成熟的技术、经验和供应链资源。

天门市亲易产业发展有限公司总经理、天门市服装电商行业协会秘书长程滕分享了“天门衣尚”区域公用品牌从创立到成长的历程。2023 年 6 月“天门衣尚”正式发布时，全凭摸索前行。2024 年，“天门衣尚”出台品牌使用管理办法，13 家企业成为首批授权企业。2025 年，品牌馆在北湖大道正式开馆，同年，涵盖 6 大类 26 个二级子体系、194 项标准的品牌管理标准体系发布，“天门衣尚”供应链信息平台上线，首批认证主体超过 1200 家。同年 12 月，“天门衣尚”在“我喜爱的湖北品牌”电视大赛中以总分第一斩获金奖。

下一步，“天门衣尚”将以品牌馆为模板在其他城市复制落地，依托泰国、美国、马来西亚、日本等海外仓布局走向海外市场。

凝聚青年力量，激活产业动能

天门千广传媒有限公司总经理、天门市服装电商行业协会执行会长肖杨分享了团队在泰国跨境直播的探索与实践。自 2025 年 11 月启动泰国女装跨境业务，截至 2026 年 5 月底，累计出货超 20 万件，



沙龙激活产业创新动能。

在泰运行直播间 20 个，日均订单稳定在 3000 到 4000 单。团队采用“双轨模式”：天门总部负责选品策划、流量投放、运营统筹及生产组货；泰国团队负责直播落地、本地售后和用户互动。85% 的货源采购自天门本地工厂，月销售成衣 16 万件。

肖杨强调，跨境直播的数据反向指导工厂生产，让产品更贴合海外市场需求，合作工厂利润能直接拉高 15%—20%。团队计划今年将泰国直播间扩展到 50—80 个，明年拓展越南和印尼市场。“天门服装不缺产能，不缺品质，缺的只是直达海外消费者的通道。而我们正在做的，就是把这个通道修得更宽、更稳。”

湖北莱依宛服饰有限公司董事长、天门市服装电商行业协会执行会长熊飞翔分享了他十二年电商创业的心得。莱依宛是从广州回迁天门的全国连衣裙品类头部企业，日均订单从 3000 单飙升至 10 万单，2025 年销售额达 14 亿元。他特别分享了 AI 在电商运营中的实际应用。在素材生成方面，过去拍一套图要十天半个月，现在借助 AI 半小时就能搞定十几套图；在客服方面，公司以前 60—80 人才能覆盖的售前售后工作，现在六七人借助 AI 智能体就能出色完成。他表示，天门服装产业已经具备了完整的供应链优势和电商运营基础，AI 技术的深度应用将进一步提升产业效率，让天门服装在全球竞争中占据更有利的位置。

除本土企业家外，来自成都、浙江、深圳、杭州等地的优秀青年企业家代表也登台交流。成都尚都商业管理有限责任公司总经理武思君分享了专业市场与产业带协同运营的经验；浙江濮云科技有限公司总经理吴英杰介绍了数字化供应链工具在服装快反中的落地实践；基本操作（深圳）科技有限公司首席增长官陈萌剖析了跨境独立站与社媒流量的增长模型；杭州后朴科技有限公司 COO 张琦则从 AI 设计辅助与智能选品角度，为天门企业提供了技术赋能的新视角。

外地嘉宾的前沿理念与天门本土的扎实产能形成热烈碰撞，为产业升级打开了更多想象空间。与会企业家围绕供应链对接、品牌共建、跨境物流、园区入驻等具体合作方向进行深度链接，现场气氛务实而热烈。

天门服装产业已进入从规模扩张向品牌跃升、从内贸为主向内外贸并进、从传统制造向数智驱动转型的关键阶段。青年企业家作为行业创新活力的重要源泉，将发挥链接全国市场、拓展全球贸易的桥梁作用，为天门纺织服装产业补链、强链、延链注入强劲动能。TA

向绿向新向高端

把绿色织进每一根纤维，
用智能点亮每一米布



纺织服装周刊
TEXTILE & APPAREL WEEKLY



加快建设纺织现代化产业体系



在柯桥，科创不是挂在墙上的专利证书，而是织进布里的竞争优势。

纺城产经洞察 ④ 科创引擎

从“实验室”到“大市场”， 柯桥纺织做对了什么？

■ 本刊记者 _ 王利

科创，是面向未来的战略引擎。对柯桥纺织而言，科技创新与产业创新的深度融合是发展新质生产力的内在要求。“十五五”时期，绍兴柯桥正加快推动现代纺织向“世界级产业基地、世界级大市场、世界级科创平台”迈进，全力构筑新时期柯桥纺织的核心竞争力。

剑指三大“世界级”，底气何来？8000余家纺织全产业链企业、年成交额突破4400亿元的中国轻纺城、全省首批的省技术创新中心——产业根基之深、市场辐射之广、科创平台之强，三者叠加，放眼全国乃至全球纺织版图，并不多见。当实验室的灯光与车间的轰鸣、市场的烟火交相辉映，柯桥纺织便有了定义未来的底气。

那么，如何让科技创新真正走出实验室，走进车间、走向市场？柯桥的破题之道是一套被纳入浙江省“十五五”规划的转化机制——“四题一评”：企业出题、政府助题、平台答题、车间验题、市场评价。以浙江省现代纺织技术创新中心为龙头，联合高校与企业攻关“卡脖子”技术难题，让科研方向贴着产业痛点走，让攻关成果在生产线上见真章，让市场成为最终的裁判。在柯桥，科创不是挂在墙上的专利证书，而是织进布里的竞争优势。

平台筑基： 构建科创转化强力引擎

科创转化，平台是底座。但平台的价值不只在于硬件

投入，还在于能让多少企业真正用上这些资源，更在于如何将样品转化为产品再转化为商品。

2022年1月，由绍兴市柯桥区政府与浙江理工大学双牵头，浙江省现代纺织技术创新中心正式获批建设，成为全省首批6家省级技术创新中心之一。依托柯桥千亿级纺织产业集群优势，中心聚焦先进纤维材料与绿色纺织染整两大主攻方向，积极破解科研与产业结合不紧密、产业链和产业链融合难、创新要素割裂、成果转化不畅等问题，助力获批“环杭州湾现代纺织服装”国家级先进制造业集群，入选工业和信息化部首批重点培育中试平台和首批省级中试平台名单。

该中心兼顾公益性与市场化，截至目前，集聚国家级人才14名，汇聚科研人员和工程型硕博研究生近500人，联合企业共建实验室32个、中试线11条，开展课题攻关190余项，撬动全社会研发投入超20亿元，带动新产品产值超300亿元。“我们的任务就是把企业出的题解答好，把科研成果精准转化为实际成效。”浙江省现代纺织技术创新中心科学家、浙江理工大学特聘教授倪庆清说道。

而在中国轻纺城核心市场区，中国轻纺城纺织新材料中心则以扎根市场的底层逻辑支撑着柯桥的科创生态。5000平方米展示贸易空间内，已引入包括山东魏桥、无锡一棉、太极石股份在内的数十家行业领军企业，汇聚莱赛尔、石墨烯、聚乳酸等30余类前沿功能性材料。纺织新材料中心联合中国化学纤维工业协会、中国棉纺织行业协会共同搭建纤维纱线流行趋势馆，常态化组织新品发布、技术交流、产业对接等活动。

“市场内许多面料企业的设计人员缺乏纤维专业知识，纤维企业也不清楚品牌真实的应用场景和成本预期。供需之间，缺少一个高效、精准的对接平台。”纺织新材料中心相关负责人说。而这里的核心价值，就是让创新“零距离”对接市场——面料经营企业步行5分钟即可完成从材料选型到技术对接的全过程，新品开发周期缩短30%以上。

一端是前沿技术的“策源地”，一端是市场需求的“传感器”，浙江省现代纺织技术创新中心与中国轻纺城纺织新材料中心，共同构成了柯桥纺织科创转化的强力引擎。

机制破壁： 推动“两新融合”落地生金

如果说平台决定了科创转化的“起点”，那么机制决定了科创转化的“效率”。“企业出题、政府助题、平台答题、车间验题、市场评价”，这套由柯桥区与浙江省现代纺织技术创新中心共同探索的机制，2025年入选浙江省“两新”深度融合典型案例，正推动科技与产业深度融合，让传统纺织焕发出新的生命力。

企业出题让需求成为“指挥棒”，政府助题让资源向痛点倾斜。倪庆清介绍，创新中心通过建立“企业申报—专家筛选—动态更新”的榜单生成机制，梳理产业链技术图谱，累计吸收310家企业出题535个。同时，柯桥区打造“创新政策+科技专项+服务机制”综合保障体系，通过“尖兵领雁”“揭榜挂帅”等项目引导，协同企业承担省部级以上科技项目52项。

平台答题让专业的人做专业的事，车间验题让成果在生产线上见真章。创新中心以提升技术攻关效能为目标优化平台答题，采取“事业类+企业类”双法人架构、打造产业技术攻关联盟，面向产业所需建立混合型人才，营造“团队—企业”二员共生合作生态。“很多问题，不是在实验室里解决的，而是在真实场景实践出来的。”倪庆清说道。为此，创新中心重视成果转化路径，目前已落地碳纤维多维编织及装备、先进涂层、双面数码喷印等技术验证和中试生产线11条，培育孵化企业41家。



市场评价让订单成为最终裁判。“一项成果好不好，要由市场来当裁判。在‘四题一评’这套机制中，市场评价是难点所在，尤其是把产品转化为市场端的商品。”倪庆清说道。为此，创新中心引入技术经纪人、评测机构、投融资机构等多元主体，探索“先用后转”成果池，创办科研成果交易会，让市场的反馈成为技术迭代的源动力，让订单的多少成为成果价值的硬标尺，实现创新成果与产业需求精准对接、落地生金。

从纺机轰鸣的车间到全球客商云集的市场，从实验室里的一缕丝到远销海内外的匹布，这套机制正将“科研的确定性”嵌入柯桥纺织的每一个环节。它不仅打通了样品到商品的“最后一公里”，更推动着传统纺织从“规模扩张”向“价值创造”跃升，成为发展新质生产力主阵地。

企业主场： 赋能创新主体站上C位

平台搭好了，机制理顺了，最终实践要落到企业身上。在柯桥，企业不是科技成果的“旁观者”，而是“主动出题人”和“联合研发者”，是当之无愧的创新主体。从纤维到纱线，从面料到成衣，柯桥纺织的产业链有多长，科创转化的战场就有多广。

新材料领域，产学研深度融合推动技术落地与产业升级。倪庆清团队长期深耕碳纤维复合材料结构及工程力学，而在柯桥马鞍街道，浙江中鹰新材料有限公司正以这一战略性新兴产业切入低空经济最上游的核心赛道。公司董事长何利峰出身纺织印染世家，同时也是浙江省现代纺织技术创新中心的产业教授；而浙江理工大学的竺钊涛，则担任中鹰新材料的技术副总，这一独特的“身份互换”，让实验室的攻关方向与车间的生产需求“握紧了手”，形成从“基础研究”到“应用研发”再到“产业化落地”的完美闭环。

印染领域，绿色智染重塑“布”的灵魂。以浙江迎丰科技股份有限公司为例，公司与创新中心共建实验室申报的“染整设计、工艺、装备、系统集成与智能化”成功入选2022年浙江省纺织行业新模式新业态十大典型案例，以数字赋能传统产业为契机，将AI技术贯穿于整个加工运营管理全过程，形成了绿色智染新模式，帮助企业不仅将生产效率提高了45%以上，还将染色一次成功率提升至95%。从“染得艳”到“染得绿”，迎丰科技改变的不仅是一块布的颜色，更是这块布与土地、与水、与未来的关系。

针对轻纺城市场，强强联合让科创“零距离”。“过去客户问‘能不能做原纱抗菌’，只能打电话问上游供应商，来回折腾两三天。现在步行到新材料中心，摸一摸、问一问，当场就能给客户答复。”东市场经营户陈女士的感慨，道出了数万市场经营户的心声。今年5月，浙江省现代纺织技术创新中心正式授予中国轻纺城纺织新材料中心“纺织新材料应用推广基地”称号，两大平台正式握手，前沿技术有了直达市场的“绿色通道”。下游品牌的反馈、市场流行的变化，也能快速传回研发端，形成“市场反哺研发”的正向循环。

当“四题一评”从柯桥实践上升为全省范式，当越来越多技术从“样品”走向“商品”“爆品”，柯桥纺织不仅在做大市场，更在重新定义纺织业的创新逻辑。从“纺织制造中心”到“世界级科创平台”，柯桥的实践证明，当传统纺织被注入科技的基因，一块布也能构建起世界级的产业创新生态。





炫·沅阳：在快时尚的洪流中， 坚守提花的“慢美学”

■ 本刊记者 _ 王耀祖

提花面料花型与布面浑然一体，纹样随传统文化而选择众多，触感因材质选择而呈现差异。与其他面料不同，提花面料美感直接“织”进面料的肌理之中，无需后续雕饰。正是这种独一无二的织造魅力，让提花面料成为设计师眼中最具创作空间的面料品类之一，也让绍兴百因纺织品有限公司及旗下品牌炫·沅阳在这条路上走得愈发笃定。

这份笃定，源自炫·沅阳主理人杜丽娜对提花面料本质的深刻理解——提花的魅力在于它既有传统纹样中沉淀下来的文化厚度，也有当代设计语言中不断生长的表达空间。正是这种兼具根基与弹性的特质，让杜丽娜始终相信，好的提花面料不该被快速消费的节奏裹挟，而应该在时间的打磨中，成为值得被反复阅读的织物语言。

从纱线到肌理，面料质感靠创新打磨

作为深耕行业二十年的企业，炫·沅阳深知客户要的是什么呢——不只是一块好看的花型，是花型在成衣后依然挺括有型、垂坠自如；也是提花在灯光下层次分明、光泽细腻，在日常穿着中亲肤透气、不易起皱。正因如此，炫·沅阳从纱线源头严格把关，选择人丝、真丝、羊毛、亚麻等各类差异化纤维，在不同材质的交织混纺中反复调试，力求在骨感与垂感之间找到最佳平衡。

“材质的选择不只是成本的考量，也是对客户成衣效果与市场口碑的深层承诺。面料这个行业，做得越久，越觉得最终比拼的是对材质的理解深度。”杜丽娜说，“同样一款花型，用不同材质去表现，出来的气质完全不同。客户找到我们，很多时候不是因为他们已经想好了要什么材质，而是他们相信我们能帮他们找到最适合的那一款。二十年来，我们积累的不只是提花工艺的经验，更是对各种纤维特色的熟悉。”

炫·沅阳的研发并非单纯做材料的创新，更在于花型语言的重构与升级。杜丽娜会从中国传统元素中提取灵感，将东方美学符号进行当代化转译，让千年纹样在提花织造中焕发新的表达。多年来，炫·沅阳累积开发几百款花型，每个季节更新一次，更新的面料既有对经典的致敬，也有对潮流的即时回应，既有繁复精致的重工设计，也有简约现代的抽象表达。

“我们的差异化从不依赖标新立异，而是回归提花最本质的语言。”杜丽娜表示，提花本身就是一种需要时间才能读懂的面料语言。当行业都在追求更快的周转、更低的成本时，我们反而愿意在一款



炫·沅阳主理人杜丽娜

花型上花更多时间去打磨材质与纹样的匹配度。

二十年来，提花面料的风口潮起潮落，流行趋势来来去去，杜丽娜却从未动过更换赛道的念头。在她看来，提花不是一份普通的生意，而是时间与耐心共同织就的信仰“这个行业急不来，”杜丽娜常说，“你对面料付出多少诚意，它就会回馈你多少惊喜。”

从花型到秀场，面料价值靠共创放大

对于面料而言，好的服装能衬托出面料的花型。而好的服装需要设计师读懂花型背后的质感，并用版型与工艺把它“讲”成一个完整的故事。作为一家以提花面料为主的企业，炫·沅阳的面料经常会让设计师选择“续写”下去，将花型里未说完的层次与情绪，设计进服装的灵魂中。

“我们的面料有很多设计师会选择拿去时装周走秀。”杜丽娜表示，“他们不只是用我们现成的花型，甚至会根据秀场主题，提前和我们一起开发专属提花。从纹样草图到纱线选色，从织造工艺到后整处理，每一个环节都是双方反复推敲的结果。有时候一款花型从沟通到上机，要改十几遍。正是这种深度共创，让我们的提花不止于面料本身，而成为T台上最能讲述故事的存在。”

据了解，炫·沅阳与王紫菲、魏丹、韩琦等设计师合作，先后登上中国国际时装周、柯桥时尚周等重要舞台。设计师们以提花面料为创作原点，将敦煌艺术、民族图腾、传统纹样等中国传统文化元素融入现代剪裁，用各自独特的主题语言赋予花型新的生命力。炫·沅阳与设计师从花型设计、纱线选色到织造工艺全程紧密配合，多个系列作品获得行业关注，并与多个买手品牌达成合作意向。

这种以提花为核心的共创模式，正在成为炫·沅阳与设计师之间默契的常态。杜丽娜说：“设计师带来的不只是订单，更是对花型的理解和对趋势的判断。他们在秀场上用服装将面料‘翻译’给市场看，而市场回馈的声音又会反哺我们下一季的研发方向。”在她看来，提花面料的魅力就在于它既有工艺的厚度，又有表达的弹性。

展望未来，杜丽娜表示，炫·沅阳将继续深耕提花面料，加大材质与花型创新投入，持续为客户带来新惊喜。同时深化与设计师及品牌的共创模式，让流行趋势从秀场走向终端市场。



Focus / 聚焦

超 2370 亿元！ 中国轻纺城“半年红”背后的创新与韧性

■ 本刊记者 _ 王利

在复杂多变的国际经济形势下，中国轻纺城交出了一份成色十足的年中答卷。近日，记者获悉，1—6月，中国轻纺城市场实现成交额2370.68亿元，同比增长9.26%。继一季度实现“开门红”之后，柯桥纺织以持续扩大的增长态势，用实打实的数据印证了这座“国际纺都”的产业韧性与创新活力。

今年上半年，中国轻纺城核心竞争力的构建迎来关键突破。“柯桥优选”区域公共品牌影响力持续扩大，累计发动企业196家，品牌矩阵加速成型，时尚能级进一步提升；“AI布”智能体3.0全新上线，解决从设计、找布、服务到营销的全链路痛点，数字化建设再上新台阶；在打造“中国时尚女装面料第一站”、纺织新材料中心等14个特色专营区块基础上，新建户外功能面料专营区（二期）、毛绒专营区等集聚区，同时打造集体验、社交、文化于一体的“织光里”商业街区，推动市场业态更加集聚、特色更加鲜明。从平台迭代到空间重构，一个线上线下融合、文商旅产协同的新型专业市场生态正在加速成型。

市场的活跃，根植于企业的创新突围。位于中国轻纺城坯布市场的绍兴云亿纺织品有限公司便是其中的缩影。2026年上半年，这家不靠规模取胜、不打价格战的企业销售额逼近1亿元，同比增幅高达60%。总经理王滔拿起一件醋酸羊毛通勤样衣坦言：“我们月均推出六十余款新品、每年研发投入数百万，这款新品刚落地便拿下10万订单，客户一眼认可，全程没有比价。”从“卖坯布”到“卖方案”，云亿纺织的实践，正是柯桥万千经营户向“设计、品牌、趋势”要效益的生动写照。

与此同时，上半年中国轻纺城的国内外朋友圈也在加速扩大。柯桥春季纺博会采购商到访量同比增长36.82%；柯桥时尚周（春季）共组织时



2026 柯桥春季纺博会现场。

尚创意活动30余项；“丝路柯桥·布满全球”行动深入推进；在海外，孟加拉国首都达卡等2个海外展贸中心已投入运营，尼日利亚拉各斯公共海外仓已挂牌；在国内，湖北汉川选品中心正式启幕，精准切入中部服装制造腹地；经纺城跨境电商创新中心开园运营，引进跨境电商企业39家……中国轻纺城大力发展“直播+平台+跨境电商+海外仓”，贸易空间持续拓展。

成绩代表过去，奋进方赢未来。中国轻纺城建管委相关负责人表示，下半年将聚焦项目攻坚、精准招商、业态焕新、时尚赋能、开放拓市与资源整合等重点方向，加快推进数字化应用场景建设，完善“柯桥优选”全生命周期管理体系，放大世界布商大会、纺博会、时尚周等平台效应，深化“丝路柯桥·布满全球”行动，不断增强轻纺城链接全球市场、配置全球资源的能力。

柯桥纺企数改再结硕果

近日，绍兴市经济和信息化局公示了中小企业数字化转型城市试点企业数改项目（第十批）拟验收通过名单。绍兴市34个纺织印染类项目上榜，其中柯桥区共有17个项目入选，涵盖服饰、家居、印染等多个传统优势产业。

据了解，入选企业包括绍兴永通印花有限公司、绍兴市柯桥区振拓纺织有限公司、绍兴柯桥天宇印染有限公司等柯桥纺织印染企业。这批企业实施的数智化平台、MES制造执行系统、智能化生产管控系统等重点项目均已顺利完成验收。这些成果的落地，不仅为相关企业自身降本增效、提质升级提供了坚实支撑，也为柯桥区中小企业全面推进数字化转型树立了标杆、积累了宝贵经验。

近年来，柯桥区积极推动企业“智改数转网联”作为促进产业转型升级、激发经济新动能的重要举措。面对纺织企业普遍存在的现实难题，柯桥区多措并举，从政策引导、资金支持、技术服务等多个维度发力，积极搭建公共服务平台，引进和培育数字化服务商，为企业提供诊断咨询、方案设计、设备改造等全链条服务。

第十批项目顺利通过验收是柯桥区持续深化中小企业数字化转型城市试点工作取得的阶段性成果。这些项目的成功实施，不仅验证了数智化平台和智能系统在纺织企业中的实际应用价值，也进一步激发了更多纺织企业主动拥抱数字技术的热情。（王耀祖）

《经纬织梦》精准对接会在柯桥举行

近日，由中国轻纺城时尚设计协会主办的“《经纬织梦》设计师×面料企业精准对接会”在VDS8号接待中心落幕。活动聚焦设计需求与产业资源融合，汇聚趋势专家、服装设计师、品牌及面料企业代表，共同把脉2027春夏产品开发方向，推动原创设计与纺织产业链深度链接。

在分享环节，GUYUANDAI品牌主理人周凯围绕品牌理念与面料开发需求展开交流；面料企业代表绍兴市杨世纺织品有限公司总经理张斌分享了功能性面料研发的实践探索。全球趋势预测机构WGSN趋势总监门淑萍带来2027春夏趋势前瞻，为行业提供方向性参考。

在精准对接环节，面料企业携新品样布及研发成果亮相，设计师与服装品牌采购负责人围绕材料选择、工艺创新及应用场景深入沟通，实现设计需求与面料资源的精准匹配，推动上下游建立更紧密协作关系，让趋势转化为产品，让创意落地为成果。

中国轻纺城时尚设计协会会长刘欲旦表示，柯桥拥有全球领先的纺织产业基础与丰富面料资源，原创设计力、趋势洞察力和产业创新力正成为驱动升级的关键动能。协会将持续搭建设计、产业与国际交流的桥梁，推动创意与制造深度融合，助力更多设计力量在柯桥生长转化。（边吉洁）

印染企业如何改造，才能跨越周期？

■ 本刊记者_董笑妍

在日前举办的立信第 14 届印染行业管理创新年会上,来自企业、设计院、技术服务商的一线从业者再次释放出一种共识：新时代印染企业的核心竞争力，不只是产能规模，更是精准战略、精细管理、数字智造、集约空间与内生企业文化的综合体系。

● 向内战略深耕：细分赛道 + 组织育才

“当下，企业突围的第一步，是放弃规模扩张执念，向内深耕战略、人才、文化三重底层能力。”杭州卓达染整有限公司总经理叶民如是说。

过去依靠产能、低价、老师傅经验的生存模式难以为继。叶民坦言，卓达自 2008 年成立之初便聚焦天丝、莫代尔、醋酸等高端差别化面料染整赛道，全程无盲目多元化扩张，靠长期主义站稳市场。赛道精准定位只是根基，人才体系才是激活组织动能的核心抓手。印染行业普遍存在招工难、留人难、骨干培育周期长的痛点，对此卓达搭建公开透明晋升通道，打破论资排辈，2017 年至今累计公开竞聘选拔 22 名中基层骨干、9 名中高层干部，通过理论考试、实操考核、综合面试择优提拔。同时联动北京服装学院开设脱产研修，引入 5S、TPM、团队激励等管理项目分层培训，持续赋能全员。

为避免组织僵化，卓达建立了数据驱动的多维对标 PK 机制，鼓励员工立足岗位优化工艺、改良设备、简化流程，将一线经验转化为企业独有组织能力。叶民强调说，设备、工艺可以被同行复制，但沉淀多年的人才梯队与良性竞争文化，是企业无法被模仿的护城河。

在长期经营中，卓达沉淀出“客户、平台、过程、随动”四大文化准则，形成完整管理体系。客户准则坚守品质口碑，实行品质服务一票否决制；平台准则推行共建共享，推进骨干持股、设立员工互助基金，消除打工者心态；过程准则强调全流程溯源管控，提前预判色差、纬斜等生产风险；随动准则坚持动态迭代，考核、工艺规范不固化，让管理机制适配行业变化。

在叶民看来，印染行业穿越周期的核心能力，从来不是短期设备投入，而是标准化管理、有生命力的企业文化、有战斗力的团队与持续迭代的精益思维。



● 数智化由形入魂：从设备改造到数字文明

当下不少企业将数字化简单等同于加装智能设备、上线管理软件，停留在“塑形”表层改造，浙江美欣达纺织印染科技有限公司总经理龙方胜提出，数字工厂建设应分为塑形、铸魂、启智三个阶段，只有完成场景改造、数据文明、企业智能体三层升级，才能真正实现从经验驱动到数据驱动的底层变革。

塑形，是传统工厂向现代绿色工厂的形态重构，打破大众对传统印染高污染、高能耗、人力密集的刻板印象。

铸魂，核心是建立企业数据文明，打通物流、工艺、能源三大数字化链路。以美欣达为例,企业搭建了覆盖全厂区的智慧管理平台，实时监控园区能耗、排污、设备、安防、碳排数据，使环保指标全程可视化；同时落地 Style3D 数字化协同系统，客户线上 60 分钟即可完成面料设计与工艺确认，大幅缩短样品交付周期；生产端则采用全自动封闭化工料系统，兼顾绿色生产与员工职业尊严。

启智，是数字工厂的终极阶段，培育企业专属智能决策大脑。为此，美欣达搭建一体化智算平台，打通了 PLM、MES、ERP、SCM、WMS、能碳管控系统，并衍生出采购、排产、生产、销售、流行趋势五大智能体，形成统一企业决策中枢。龙方胜提出，数字化转型绝非单一 IT 项目，而是企业生命力的全面释放。他还特别强调了数字化的人文底色：零碳工厂不是冰冷的能耗指标，终极目标是尊重客户、善待员工、守护生态。

不同于单一企业内部改造，美欣达正在进一步推动产业级智能生态建设，提出“一家企业智能是孤岛，一个产业智能才是生态”。为此企业搭建了国内外双研发中心，联动上下游构建绿色供应链联盟，旗下子公司建立废旧纺织品线上线下回收体系，打通原料、生产、品牌、回收全生命周期闭环，为行业数字化生态协同提供了一个样板。

● 空间模式革新：多层厂房标准化设计破局

土地资源收紧、产业入园集中治理是全国印染产业的共同趋势，传统单层“摊大饼”厂房模式土地利用率低，亩均产值、税收难以提升，因此各地纷纷出台政策鼓励印染企业“工业上楼”，多层厂房成为产业转型必然选择。江苏省纺织工业设计研究院有限公司无锡分公司主任蔡弘系统拆解了多层厂房建设的现实痛点与标准化解决方案，为产业集约升级提供建筑规划专业路径。

推动印染工厂上楼，核心驱动力来自三大现实需求。一是土地资源集约化，吴江、绍兴、福建多地推行低效用地整治，多地政府出台容积率补贴政策，降低企业多层厂房建设成本；二是环保集中管控，产业入园、垂直集中布局可实现污染物统一收集、集中处理；三是产业升级刚需，多层厂房适配智能化、绿色化生产线布局，显著提升亩均产出，契合高质量发展要求。

但多层印染厂房天然存在五大行业专属挑战，也是多数企业不敢轻易改造的核心顾虑。其一垂直运输瓶颈，单层厂房物料水平流转无阻滞，多层车间高度依赖电梯，大批量坯布流转极易出现拥堵，拉低生产效率；其二设备安装运维受限，大型染整设备、高振动设备需布置底层，柱网、层高约束设备选型，重型设备吊装、后期检修成本大幅上升；其三通风排湿困难，印染工序持续产生高温高湿腐蚀性气体，多层封闭楼层湿热废气堆积，加速设备锈蚀、影响产品品质；其四安全隐患，高温高湿酸碱环境腐蚀建筑结构，多层厂房消防疏散、火灾隐患排查难度远超单层；其五综合建设成本抬升，地基加固、垂直交通、多层消防设施推高造价，楼梯、管道井等公摊面积压缩有效生产空间。

针对全行业共性难题，蔡弘提出了一套成熟可落地的标准化破局方案。第一，按火灾危险性分区设计，打破行业全部按丙类厂房设计的传统惯例，漂染、染色、水洗等低风险湿作业划为丁类集中布置，定型、印花等高风险干区划为丙类单独隔离，大幅降低消防投入、释放空间利用率。第二，重构工艺流程，核心生产设备同层集中排布，跨车间搭建连廊实现同层水平转运，采用“一次提升、单向流转”布局，彻底减少跨楼层垂直运输频次。第三，控制建筑总高在 24 米以内，24 米以下多层厂房的防火分区、疏散距离标准更宽松，省去复杂高层喷淋、防烟楼梯，平衡造价与安全。第四，标准化柱网与层高，采用 14—15 米标准跨度、6—8 米柱距，单层层高 8 米，三层总高控制 24 米，开洞层高适配大型设备同时保障通风，特殊区域增设夹层挖掘空间价值。第五，优化建筑尺度与辅助设施，厂房宽度不宜过宽保障自然采光通风，楼梯、电梯、通风井等服务核外置，沿建筑边缘线性排布，释放车间完整连续生产空间。

如今，这套设计方案已落地苏州吴江、无锡江阴、杭州萧山多个印染搬迁项目，为全国印染产业搬迁、入园上楼提供了设计范本。



● 智能制造顶层逻辑：流程再造与系统统一

大量企业改造投入巨大却收效甚微，根源在于缺乏顶层规划。浙江真爱毯业科技有限公司智能制造办公室总工程师张晓茂立足一线工程实践提出，印染企业改造应遵循“顶层规划、分项设计、分项实施”三部曲，核心是生产流程再造与全系统标准化统一。

张晓茂指出，当前大多数印染工厂仍停留在人工辅助工位化生产模式，传统工艺反复脱卷、打卷布料，既损耗面料品质，又浪费水电能耗；同时早期自动化物流装备不成熟，支架、布车等人工载具长期占用车间空间，物流流转效率低下。伴随 AGV、RGV、自动化立库、智能提升机技术成熟，未来传统人工载具将逐步淘汰，实现运具与载具分离的智能物流体系。

智能制造落地第一步是“顶层规划”，也是最容易被企业忽视的环节，规划阶段必须输出四大核心成果:产线、立库、物流整体部署；精益生产成本预测指标；工程分项规划；全流程技术规范。

规划应坚持“物流优先”原则，先完成原料、半成品、成品流转路径设计，再反向调整设备排布，多次迭代优化后对接建筑、水电气、环保配套设计。很多企业改造失败，正是直接沿用旧厂房人工生产流程，数字化改造“换汤不换药”，无法释放降本增效潜力。

“顶层规划”落地后进入“分项设计”，覆盖生产调度、IOT 物联网、MES 生产执行、自动化产线、WMS 仓储物流、全流程质量管控、MDM 主数据、ERP、PLM 产品生命周期、上下游协同、智能园区、网络云机房等 15 大细分模块。所有分项设计严格遵循三大统一标准，保障系统互联互通：信息化实现统一主数据、统一用户、统一数据库、统一数据交互格式；自动化统一 PLC 通信品牌、以太网标准、OPC UA 工业协议；网络搭建区分 5G 移动物联、光纤固定设备、办公信息三网，建立企业私有云与 IOT 物联网平台，统一采集染整、织造、成品、动环数百台设备实时数据，构建实时数据库、时序数据库、关系型数据库分层存储体系，实现工艺远程下发、设备故障预警、能耗实时监控。

最后的“分项实施”阶段则需要注意两大核心问题：一是生产设备自动化延伸需要设备厂商、系统集成商、企业三方协同，打通设备数据采集接口；二是自动化立库与全厂物流系统整合，WMS、WCS 需由单一服务商统一落地，避免多厂商系统对接冲突。

从落地成效来看，完成全链路智能制造改造的企业成本优势显著，张晓茂分享的真爱毯业数据显示，2025 年 10 月满产状态下，单位生产成本 5330 元，较 2024 年下降 26%；其中人工成本下降 42.4%，能源成本下降 36%，助剂辅料成本下降 31%，尽管设备折旧有所上升，但产能、品质、订单交付能力同步提升，形成了企业难以撼动的成本护城河。

综合以上一线实践经验不难看出，当下，印染行业转型早已跳出单一维度改造的局限，形成了完整升级路径。正如与会者共同提及的观点，独行快，众行远，印染行业高质量发展不能只依靠企业单打独斗，企业、设计院、技术服务商、行业协会需要持续交流互鉴，打通管理、技术、空间、产业链各环节创新路径，构筑中国印染产业全球价值链新优势。TA

寻道破局，发力功能性羊毛面料研发

■ 本刊记者 _ 夏小云

消费场景持续融合、市场竞争日趋激烈，中国毛纺产业正站在转型升级的关键节点。传统羊毛面料难以满足新生代消费者多元化穿着诉求，行业亟待以科技创新开辟全新增长曲线。

面对市场变局，中国毛纺产业正在寻找新的破局之道。7月8日，功能性羊毛面料技术交流会在上海举行，会议直面行业痛点，聚焦高端功能性羊毛面料的研发突破。会上，“功能性羊毛面料创新研发平台”启动，该平台聚合多方智慧，深挖年轻群体穿搭痛点，共研适配多元场景的新一代功能面料，合力撬动国货高端面料的巨大市场空间。

产业变局，毛纺向融合、高端、功能化转型

我国毛纺行业依托国内外稳定优质的天然动物纤维供给体系与完整全产业链优势，为高端功能性羊毛面料研发奠定了坚实基础，但传统纯毛面料存在抗皱、易打理、户外防护等性能短板，难以适配新生代多元穿搭的消费需求，行业核心突破口在哪里？

江阴毛纺企业坚持以技术创新为核心驱动力、以精湛工艺为立身之本，走出了一条科创引领、全球布局的高质量发展之路。江阴市工信局局长谈海平表示，纺谷科技深耕毛纺领域，融合美学设计与功能性面料研发，畅通产学研用协同发展渠道，直面行业技术瓶颈与市场发展痛点，彰显江阴企业立足本土、放眼全球、勇攀产业高峰的开阔格局。

江苏纺谷科技有限公司董事长李海青表示，面对消费市场变革，兼具质感与易打理、温控、防污等属性的功能性面料已成为市场刚需。高端质感塑造产品价值，功能升级优化穿着体验，二者融合是纺谷科技走向世界舞台的核心竞争力。他表示企业将持续联动海内外技术伙伴深化工艺共创，融合国际成熟设计美学与前沿面料技术，以创新驱动本土毛纺产品突破升级。

中国毛纺织行业协会副会长刘焱梳理了行业发展趋势，阐述了以功能性羊毛面料创新为核心的产品转型升级路径。他指出，近年来毛纺行业持续推进技术创新与纤维融合升级，“十四五”期间累计产出数千项毛纺技术与产品专利，重点覆盖易护理、抗静电、防风除味等功能性领域，多项前沿技术成功落地应用，实现羊毛面料多重性能叠加与差异化升级。

针对行业外贸同质化竞争、传统面料利润承压等现实难题，刘焱明确行业转型核心方向，一是跳出单一原料发展思路，依托混纺复合、功能后整理等工艺创新，推动天然羊毛纤维与功能化化纤、再生绿色纤维融合应用，精准匹配通勤、户外、居家、康养等细分市场；二是锚定高端化、功能化、精细化发展赛道，依靠全产业链协同创新优化产品结构，兼顾天然面料高端质感与实用功能优势，拓宽本土毛纺产品市场边界，推动行业整体高质量转型升级。



会上，“功能性羊毛面料创新研发平台”启动。

深度思辨，共探行业可持续生态未来

会上，青岛日毛织物有限公司上海分公司副总经理柴建推介了多款差异化功能性面料。他主要介绍了 KAZE 风系列和 MIZU 水系列两大核心系列。风系列主打夏季透气穿搭，甄选 Super100 支羊毛搭配稀有马海毛，通过高捻工艺交织，具备超强吸湿排汗性能，高温环境下也能快速导出湿气，面料轻薄不贴身，兼顾高级质感与盛夏穿着清爽感。水系列聚焦易打理需求，采用独家原创特殊纺织纱线，打造舒适可机洗面料。面料通过严苛耐磨、抗褶皱测试，支持家用洗衣机水洗，多次洗涤后依旧平整顺滑、不易变形，完美解决高端羊毛服饰养护烦琐的痛点，适配高频通勤、差旅人群。

会上还举办了“智研共创·破局前行”主题沙龙，中国针织工业协会会长谢青，中国服装协会副会长兼秘书长屈飞，纺谷科技总经理顾士清，北京威克多制衣有限公司总经理谢志，青岛酷特智能股份有限公司供应链系统总经理张庆鲁展开一场深度的产业对话，共探功能羊毛产业长期可持续发展生态。中国纺织规划研究会会长冯德虎主持沙龙。

顾士清谈到，企业着手研发自然四面弹面料，并布局毛麻丝混纺高定系列，契合当下功能化、休闲化、环保化消费趋势。下一步将持续根据下游成衣工厂工艺反馈，迭代优化面料，坚持以终端需求为导向研发，为服装定制产业提供优质面料支撑。

谢志表示，纺谷科技自主研发的毛麻丝面料风格新颖出众。张庆鲁表示，纺谷科技积极适配定制行业小单需求，可承接小批量订单，完美匹配定制行业多品种、少批量特点。

围绕男装市场发展机遇，屈飞表示，高端毛织单品销量提升，消费者愈发青睐兼具高级质感与舒适体验的面料产品。当下男性消费需求持续分化，生活场景多元融合，通勤、商务、轻户外边界模糊，市场急需场景化、多功能面料。以往高端男装面料多依赖海外品牌，如今本土面料企业迎来协同创新机遇，十分期待纺谷科技这类上游面料厂商开展定向联合研发，打造适配多场景、松弛舒适、性能稳定的差异化高端毛纺面料。

谢青则指出行业现存痛点，面料企业专注工艺功能，品牌与消费者更看重穿搭体验、季节适配与购买吸引力，上下游沟通存在信息差，面料技术价值难以充分转化为终端溢价。当下针织行业迎来革新，“万物可织”打破传统边界，针织西装等新模式涌现。行业期待纺谷科技这类创新面料企业持续联动服装品牌，打通研发、生产、终端全链路，兼顾技术性能与市场需求，挖掘针织产业全新增长空间。

本次功能性羊毛面料技术交流会打通了全产业链沟通渠道，依托全新共建的功能性羊毛面料创新研发平台，国内毛纺产业将持续以功能化、高端化、绿色化为核心赛道，推动国产高端羊毛面料走向全球市场。TA

亚太纺链瞭望

浚世集团赴约 APTEXPO 2026，重构户外水上服饰供应链

■ 本刊记者 _ 陶红

2026年11月11—13日，第三届亚太纺织服装供应链博览会暨高峰论坛（APTExPO 2026）将在新加坡金沙会议展览中心举办。香港浚世集团将在本届展会上亮出两张“王牌”：一是“中国+东南亚+环球资源”双产地，全球协同供应链解决方案，完整展示“环球资源，地方制造”的协同运作模式，围绕关税、成本、交付周期、企划与设计等痛点灵活调配环球资源两域产能，为品牌客户提供灵活又稳定的个性化解决方案；二是展出无尺码泳衣、马拉松专业服饰、穆斯林专属泳衣等多款针对细分人群的创新产品。这家深耕户外水上服饰四十年的企业，正试图用一套“柔性供应链+精准定制”的组合拳，回答每一个品牌商在户外与水上运动的供应链难题。

深耕细分赛道，持续拓宽能力边界

“我们给自己的精准定位，是水上与户外服饰品牌供应链改善商。”谈及香港浚世集团发展脉络与经营定位，集团总经理洪志培说道。

他从三个层面阐释了这一定位的内涵。首先是认知层面的“重新构想”，坚持持续改善、主动创新，跳出固有经验寻找更好的解决方案；其次是角色层面的“服务型制造商”定位，供应链运营的核心在于上下游资源整合，联动客户、供应商与内部团队优化资源配置，精准破解品牌客户的各类发展难题，并根据市场变化持续迭代服务方案；第三是布局层面的垂直聚焦，集团摒弃全品类泛化扩张路线，四十年来专注水上服饰、户外功能服饰细分赛道，围绕垂直类目循序渐进地完善全链条供应链布局。

这个定位并非一日之功。回望四十年发展路径，洪志培将集团成长可以归纳为三次关键跃迁：第一次跃迁，从来料加工到切入全球供应链；第二次跃迁，专业化深耕，建立研发壁垒；第三次跃迁，全球化布局，构建协同网络。

“两代人的接力奋斗，本质就是在水上户外服饰垂直领域不断拓宽能力边界的全过程。”洪志培表示，能力持续完善彻底转变企业与客户合作模式，集团不再被动接单与单纯制造生产，而是前置研判梳理品牌痛点，按需定制一站式供应链解决方案。

这一转变在三个维度上有着具体体现。洪志培说道，一是精准成本优化，在保障产品核心功能前提下合理控本降本；二是完善合规保障，组建专职合规团队，海内外厂区与合作供应链提前对标欧美各类认证体系，可快速完成整改满足客户社会责任合规要求；三是前瞻趋势研判，依托全球多年服务积淀预判各地水上户外服饰流行趋势，联合调研、研发团队助力客户完成产品迭代升级。

谈及海外产能布局，洪志培坦言，企业并非主动盲目出海建厂，而是顺应趋势下的必要布局。布局海外生产基地的本质是分散供应链风险，打造多产地灵活供给体系，可根据不同国家关税政策与市场规则切换产品原产地，为合作品牌提供弹性备选方案。

在绿色可持续发展上，浚世集团分两步稳步推进。洪志培介绍道，“可持续时尚1.0”侧重合规跟进，搭建基础绿色供应链；“2.0阶段”转向主动创新升级。具体而言，一是打造标准化绿色示范工厂；二是盘活库存面料循环利用；三是创立自有环保标识“松土计划”，对使用再生、循环面料的产品统一悬挂专属吊牌，同时提取部分销售额设立公益基金帮扶困难群体，实现环保价值与社会责任双向兼顾。

谈及产品研发如何帮助品牌打造差异化竞争优势，洪志培用了一



浚世集团深耕水上运动、贴身弹力服饰、户外服饰三大赛道。

个生动的比喻，即“乐高式模块化”搭配。生产工序、基础工艺采用常规标准化设置，保障生产效率与品质稳定；再按照品牌定位、受众圈层、区域特点，将标准化模块个性化重组搭配，定制专属既灵活又稳定的供应链解决方案。“以标准化降低成本，靠定制化构建品牌差异化竞争力。”洪志培说。

抢抓 AI 与消费变革机遇，开拓新兴市场

当前全球纺织服装产业链正面临前所未有的系统性重塑，人工智能的快速迭代、消费趋势的分化、新兴市场的崛起，成为制造企业必须直面的全新挑战与机遇。对此，浚世集团有着清晰的研判与系统的部署。

AI技术应用方面，浚世集团成立“AI 必胜2050”专项项目。在洪志培看来，AI不只是单一环节提效工具，长远看将系统性重塑服装行业研发、采购、生产、品控、供应链全链路运营模式。现阶段集团循序渐进推动AI落地渗透，逐步嵌入研发设计、订单排产、智能制造、供应链管控等全部流程；短期目标是通过实验性项目提升业务响应速度、生产效率与数据精细化管理水平，长期伴随流程重构技术迭代完成整条供应链颠覆性改变。目前项目正分步落地、持续打磨优化应用场景。

对于水上运动、贴身弹力服饰、户外服饰三大赛道的消费趋势，洪志培总结了五大核心变化，一是个性化需求持续攀升；二是圈层群体化特征凸显；三是审美呈现两极分化，一部分消费者坚持极简主义，另一部分偏好视觉冲击力强 的夸张潮流风格；四是环保材料常态化应用；五是生产端智能化升级加速。

全球市场布局上，浚世集团划分三大梯度稳步开拓。洪志培介绍道，第一梯队核心市场是欧美、英国、澳洲，这是合作最成熟、客户体量最大的区域；第二梯队成长市场包括中国、日本、俄罗斯、菲律宾等东亚、东南亚国家和地区；第三梯队重点拓展的是阿联酋、沙特等中东国家。值得一提的是，针对中东市场宗教文化 与使用习惯的特殊性，集团专项研发了穆斯林保守款泳衣。该系列产品深入挖掘当地审美与文化习俗，在大面积遮盖的穿搭要求下兼顾了时尚美观；同时对面料功能进行升级优化，满足当地外表遮挡皮肤、面料可穿透紫外线的特殊性能需求。

“时代环境一直在变，但企业坚守不变，深耕专业、恪守诚信责任，秉持创业创新精神，坚持资源整合、持续迭代进步 的核心价值观。”洪志培的这句话是对企业四十年历程的总结，也是面向不确定未来的宣言。未来，香港浚世集团将持续打磨全链条供应链解决方案，深耕产品创新、优化全球资源、深化绿色数字化转型，持续为全球水上、户外服饰品牌赋能，以长期主义的深耕与创新，在细分赛道稳步前行。TA



与会嘉宾合影。

波司登“向绿而行”，答好可持续发展必答题

■ 陈墨 / 文

在全行业迈入“十五五”绿色转型的关键节点，由中国纺织工业联合会主办、中国纺织信息中心承办，联合国气候变化框架公约秘书处、联合国工业发展组织官方支持的 2026 气候创新·时尚大会于近日在北京举行，这是全球时尚产业气候治理议程首次落地中国。

各界政产学研专家、全球品牌与国际气候机构代表齐聚一堂，围绕“十五五”纺织绿色转型与全球时尚碳中和路径展开深入研讨，共探产业可持续高质量发展新方案。

向“绿”而行，共赴可持续时尚新未来

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会，并作为“中国主场”唯一的企业品牌演讲嘉宾发表“向‘绿’而行，共赴可持续时尚新未来”主旨演讲，立足品牌五十载发展积淀，系统解读中国羽绒服领军企业全链条 ESG 创新实践与净零转型路径，为纺织服装产业绿色高质量发展、全球时尚气候治理输出中国品牌实干方案。

当前正值“十五五”绿色转型、实现碳达峰关键阶段，“十五五”规划纲要明确提出加快经济社会发展全面绿色转型。纺织服装作为国民经济支柱产业与国际竞争优势产业，绿色低碳转型兼顾产业升级与全球气候治理双重价值。欧盟碳边境调节机制、数字产品护照等新规加速落地，国内外双重绿色规则约束倒逼产业变革，可持续发展不再是企业差异化发展加分项，而是关乎长远生存与高质量发展的核心基石。

2026 年恰逢波司登创业五十周年，从 1976 年江苏常熟八台缝纫机起步，到如今深耕全球市场的国民品牌，绿色责任与低碳初心贯穿企业发展全程。高德康强调，可持续发展早已不是企业的可选项，而是关乎长远生存的必答题。绿色绝非时尚的附加标签，而是产业与生俱来的原生底色。波司登始终将可持续理念贯穿企业经营全链条，以 ESG 为战略支点，把绿色低碳深度融入产品研发、智能制造、供应链管理各环节，让温暖消费与绿色发展同频共生。

顶层系统迭代升级，以“1+3+X”战略链动可持续未来

历经数十年迭代升级，波司登将可持续发展从早期零散单点行动升级为顶层系统变革。企业搭建了“1+3+X”ESG 战略框架，确立了“以消费者为导向，引领可持续时尚”愿景，设置分层清晰的减碳目标：短期推动 ESG 覆盖 80% 核心合作方，中期锚定 2038 年前实现运营净零排放，长期致力于带动全产业链迈向净零。企业建立董事会统筹、全员参

与的闭环管理体系，将气候绩效与高管薪酬深度绑定，让绿色发展从理念倡议转化为刚性制度与内生动力。

深耕产品端绿色创新，波司登以技术革新激活循环时尚新动能，重塑时尚产业绿色价值体系。规模化应用生物基含量超 70% 的环保面料，100% 的羽绒获得负责任羽绒标准 RDS 认证，自主研发的 CIRCULAR 3.0 循环系列斩获 ISPO 全球设计奖，牵头制定《可循环服装设计规范》团体标准，填补行业循环设计领域标准空白。同时，积极参与纺织行业碳足迹管理、碳中和门店等多项行业标准制定。多款带有碳足迹及零碳标识的新品推向市场，通过北京三里屯登峰旗舰店的碳中和可视化标签，将绿色消费变得可感、可知、可参与，让每一次购买都成为对“自然向好”的投票。

以数智赋能智造升级，波司登打通全产业链低碳转型链路，构建产业绿色协同发展生态。依托自研 GiMS 智能制造平台与国家级智能制造示范工厂，建成全价值链 ESG 数字管控体系，实现碳足迹、绿色物料、生产能耗数据实时监测、精准管控，通过 AI 赋能缩短新品试制周期、优化生产流程，从源头削减物料损耗与碳排放。自营物流园区布局屋顶光伏发电，以绿色能源赋能生产运营低碳升级。作为行业唯一、首批加入联合国全球契约组织发起的“25 可持续发展链主联盟”的企业，建立分级绿色供应商认证机制，推行纸质包装替代塑料包装，联动上下游伙伴搭建低碳供应链集群，形成协同降碳雁阵效应。

从 COP29 气候大会期间发布 ESG 战略及碳目标，到在联合国日内瓦总部签署可持续品牌倡议，波司登的全球气候协作版图持续拓宽。凭借扎实的 ESG 治理成效，斩获亚洲纺织服装行业唯一 MSCI（明晟）ESG AAA 最高评级，入选标普全球可持续发展年鉴、道琼斯可持续同类最佳指数，综合可持续表现跻身全球服饰品牌第一梯队。同时，发起成立波司登公益基金会，推进乡村振兴、应急救援、生态治理等民生项目，累计向社会捐赠款物超 15.5 亿元。通过阿拉善治沙造林、应急救援御寒、会员“叠变绿洲”植树与净山等行动，统筹兼顾商业价值、生态价值与社会价值的协同发展，诠释中国品牌的温度与担当。

同心砥砺五十载，向绿而行启新程。站在“十五五”开局和创业五十周年的全新起点，波司登主动对接国家“双碳”战略与纺织强国建设目标，以循环产品创新、数智低碳制造、全球生态协同为抓手，持续深化 ESG 战略实践，携手全球合作伙伴共建韧性、低碳、可持续的时尚产业生态，讲好中国品牌可持续发展故事，为全球气候治理、纺织强国建设贡献坚实力量。 **ITA**

罗曼罗兰：打造“三色 AI”专属数智品牌

■ 本刊记者 _ 陶红

2026 年，纺织行业迎来国内外双重变革机遇。国内，商务部等八部门联合印发《关于加快“人工智能 + 消费”发展的实施意见》，重点扶持 AI 创意设计、柔性供应链搭建、智慧消费场景升级等产业方向；海外，欧盟《可持续产品生态设计法规》(ESPR) 正式落地，要求纺织品搭载“产品数字护照”作为市场准入硬性标准。双重政策导向下，行业竞争早已脱离单纯产能、低价比拼，转向数字研发、柔性交付、绿色溯源、终端体验等综合实力的较量。在此背景下，苏州罗曼罗兰时尚集团（以下简称：罗曼罗兰）打造“三色 AI”专属数智品牌，依靠全链路数字化改造，探索出本土纺织企业智能化、品牌化转型的全新路径。

全域横向赋能，三色 AI 实现数字化技术能力共享互通

“三色 AI”是罗曼罗兰统筹全产业链的数字化技术背书与品质标识，纳入集团“1+3+1+2”整体发展战略。该品牌不会弱化旗下七家子公司的专业定位，反而打通面料、家纺、户外运动、针织女装等全部业务板块，实现集团数字化技术能力共享互通。

罗曼罗兰旗下立新纺织、庄面印象、户外新材等七大业务主体，均接入“三色 AI”数字化体系。董事长徐德荣在 2026 年度战略部署会上提出，集团两大核心产品线“织言花语”大提花、“原创荟”印花已经完成全流程数字化贯通，AI 研发、智能打样、数字化排产、3D 可视化等成熟技术，同步赋能家纺、运动面料、成衣多条赛道，用一套数字化体系支撑全品类生产制造。

统一的品牌标识能够让上游加工厂、B 端采购商、终端消费者直观识别罗曼罗兰数字化生产标准，将企业内部技术优势转化为市场看得见、可认可的核心竞争力。

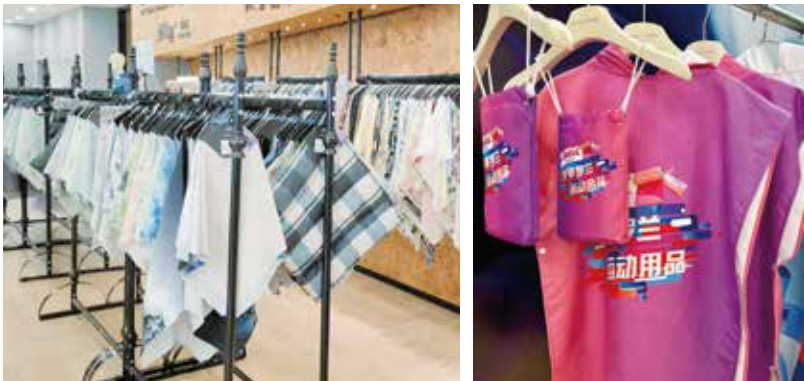
双赛道协同落地，B 端柔性快反提效，C 端智能织物打造差异化体验

“三色 AI”以 B 端数智柔性快反、C 端数智纺织品作为双轮核心发展方向，一方面响应国家柔性供应链建设政策，另一方面主动适配欧盟数字溯源法规，将海外合规成本转化为品牌差异化增值优势。

面向产业客户，AI 重构柔性快反体系，大幅压缩交付周期。依托大数据流行色预判、模块化智能生产线、AI 花型设计系统，罗曼罗兰搭建起行业领先的柔性生产模式。从创意设计到样品产出周期缩短 40%，从定稿设计到大货完整交付周期压缩 60%。

主打大提花的“织言花语”自研 AI 花型开发系统，实现复杂纹样打样仅需 3—5 天，常备经轴款式 7—10 天即可交付，全年原创开发款式超 800 款，国风提花系列产品还获得央视专题报道；深耕印花赛道的“原创荟”历经 7 年数字化迭代，实现“一天出样、三天出货”。庄面印象储备上千款原创花型素材库，配套小程序 3D 虚拟试衣功能，客户无需实物样板，就能直观预览成衣上身效果。

如今罗曼罗兰早已跳出单纯售卖面料的传统经营模式，转型输出整套数字化面料解决方案。立新纺织科研总经理梁勇表示，海量原创图库、



罗曼罗兰积极探索智能化、品牌化转型。

3D 渲染模拟、小批量快速翻单等数字化配套服务，能够为产品带来稳定溢价。目前，品牌对外明确服务标准为经轴备货提花面料 5—7 天交付，印花面料最快 2—3 天出货。凭借数字化交付效率持续稳固 B 端客户合作信任。

面向终端消费者，可视化数智织物打造国产纺织品专属数字护照。针对欧盟强制推行的产品数字护照规则，“三色 AI”摒弃被动合规思路，自主打造“三色 AI 数智护照”，将碳足迹溯源、面料研发数据、产品功能参数转化为通俗易懂、直观可感的消费亮点。产品开发严格遵循四大准则——单一记忆卖点、可视化科技展示、社交传播属性、限量稀缺定位。2026 年，品牌率先在家纺、户外运动两大品类落地相关产品。

其中，家纺板块的“三色 AI 润肤智能被”，依托成熟的“肤美丽润肤被”面料技术，面料透气性达 815mm/s、保温率 92%、抗菌率 99%，相关核心技术曾被《人民日报》报道；产品叠加数字化体验设计，搭配可视化温感标识，扫码即可查看 AI 模拟睡眠体温曲线以及完整面料研发流程。户外板块的“三色 AI 智护斗篷”集 UPF50+ 高倍防晒、抗菌、防污三重功能于一体，外观花型经过 AI 优化设计，产品吊牌搭载完整数字溯源档案。

每一件认证产品均配有统一的“三色 AI”专属吊牌，消费者扫码就能查看碳足迹、环保生产记录，了解 AI 参与花型创作、功能面料研发的完整品牌故事。罗曼罗兰成为国内首家以独立品牌体系，系统落地纺织品数字护照发展思路的纺织企业。

长期品牌布局，对标国际高端标识，搭建全场景数智认知体系

“三色 AI”形成清晰的 B、C 两端分层运营路径。产业端依靠 AI 设计、虚拟试衣、小单快反硬实力积累行业口碑，未来计划向合作品牌开放“三色 AI”技术授权标识，对标国际高端面料 GORE-TEX 吊牌运营模式，打造国内数字化面料权威认证符号；消费端同步上线统一视觉吊牌，并在家纺线下门店设立专属数智体验区，消费者可现场体验智能面料功能，一键调取产品完整数字档案，加深大众对智能纺织品的认知。

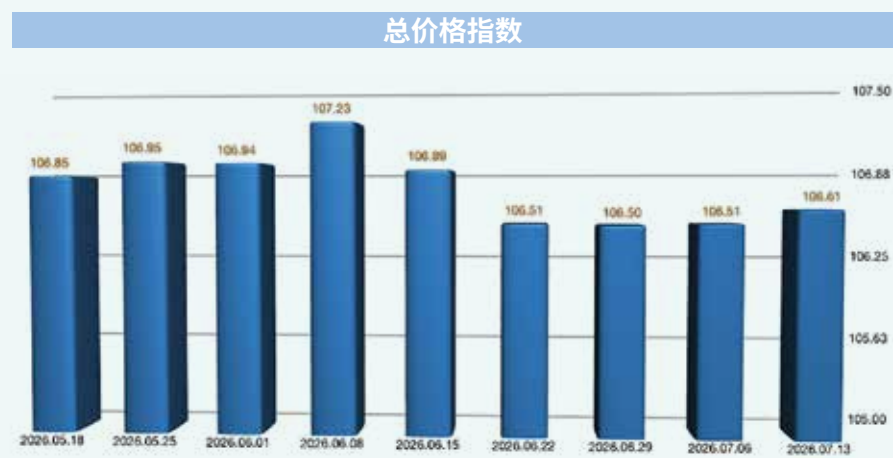
从一根纱线织造到完整成品下线，罗曼罗兰坚持八年数字化深耕，将人工智能融入研发、打样、生产、溯源、终端展示全链条。“三色 AI”不只是数字化技术的代名词，更是集团转型升级的战略旗帜，面向产业客户输出高效柔性供应链解决方案，面向终端消费者传递智能、绿色、原创的产品价值。

当下国内“AI+ 消费”扶持政策持续落地，全球纺织品绿色溯源相关法规不断收紧。“三色 AI”依托柔性快反、智能终端产品两大核心优势，打通产业端与消费端数字化闭环。未来，罗曼罗兰将持续完善“三色 AI”品牌建设，以智能化、品牌化、可持续化的产业实践，为国内纺织产业高端转型提供可落地、可复制的发展样本。 **ITA**

夏市营销震荡推升 价格指数环比小涨

20260713 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数” 20260713 期纺织品价格指数收报于 106.61 点，环比上涨 0.10%，较年初上涨 1.14%，同比下跌 0.57%。



中国轻纺城夏市营销震荡推升，其中：原料市场价量环比上涨，坯布市场价量环比推升，面料市场布匹价量环比下跌，家纺类产品成交价量环比微跌，辅料类价量环比回升。

原料及纯棉纱、再生纤维素类行情均环比上涨

据监测，本期原料价格指数收报于 93.43 点，环比上涨 1.21%，较年初上涨 7.17%，同比上涨 6.82%。

纯棉纱类行情环比上涨，再生纤维素类行情环比上涨。近期，纯棉纱收报于 120.44 点，环比上涨 2.80%。萧绍地区纯棉纱市场成交环比推升，价格稳涨互现。气流纺 10S 纯棉纱报价 16530 元/吨，环比上涨 50 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 23820 元/吨，环比上涨 20 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元/吨，环比持平。国产纯棉纱原料成交环比推升，纯棉纱市场交投环比增加，纺企反映走货逐日推升，询价及成交环比上涨。

近期，再生纤维素类收报于 90.25 点，环比上涨 0.44%。粘胶短纤原料价格环比上涨，粘胶短纤 1.5D×38MM 中端实际中心价为 14210 元/吨左右，环比上涨 10 元/吨。30S 人棉纱价格报 18450 元/吨左右，环比上涨 100 元/吨；40S 人棉纱报 19500 元/吨左右，环比持平。

其他化纤类行情环比上涨。近期，其他化纤收报于 33.18 点，环比上涨 0.01%。氨纶市场成交环比回升，价格环比上涨。40D 氨纶丝报价 29666 元/吨，环比上涨 176 元/吨。氨纶丝原料价格环比上涨，市场成交环比回升，纺企反映走货逐日回升，连日成交环比增加。锦纶行情环比回升，价格稳涨互现。锦纶 POY 报价 13650 元/吨，环比持平；锦纶 DTY 报价 15840 元/吨，环比持平；锦纶 FDY 报价 16310 元/吨，环比上涨 10 元/吨。腈纶行情环比回升，价格基本稳定。腈纶短纤报价 15885 元/吨，环比持平；腈纶毛条 3D 报价 16800 元/吨，环比持平。

坯布行情环比推升，价格指数环比上涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 116.34 点，环比上涨 0.59%，较年初上涨 1.46%，同比下跌 3.93%。

近期，坯布市场营销环比上涨，连日成交呈现环比上涨走势，坯布厂家订单环比回升，坯布价量环比上涨。其中：混纺纤维坯布收报于 121.18 点，环比上涨 2.18%，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上涨；化学纤维坯布指数收报于 105.68 点，环比上涨 0.69%，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上涨。

面料行情环比下跌，价格指数环比小跌

据监测，本期面料类价格指数收报于 110.38 点，环比下跌 0.39%，较年初下跌 0.57%，同比下跌 1.08%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售震荡回缩，夏季面料现货成交和订单发货环比下降，秋季面料下单环比回缩，客商入市认购环比下降，面料价格指数环比下跌。其中：纯棉面料、麻及其混纺面料、毛及其混纺面料、涤粘面料类成交价量不等量下跌。

特色分类指数中：裙装面料指数收报于 115.77 点，环比下跌 0.94%，同比下跌 3.98%；工装面料指数收报于 127.36 点，环比下跌 0.15%，同比上涨 0.44%；印花工艺面料指数收报于 117.07 点，环比下跌 0.25%，同比下跌 0.10%；色织工艺面料指数收报于 132.01 点，环比下跌 0.17%，同比上涨 8.19%；透气性面料指数收报于 115.73 点，环比下跌 0.74%，同比上 5.66%；保暖性面料指数收报于 115.07 点，环比下跌 0.94%，同比下跌 0.25%。

家纺市场略显回缩，价格指数环比微跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 99.92 点，环比下跌 0.08%，较年初上涨 0.02%，同比下跌 0.47%。

本期家纺类价格指数环比微跌。近期，家纺市场行情略显回缩，整体市场价格环比微跌。大众色泽花型面料现货成交量和订单发送量环比回缩，跑量产品现货成交量和订单发货量环比下降。其中：窗帘类收报于 102.04 点，环比下跌 0.27%；素色窗帘收报于 106.25 点，环比下跌 1.09%；化纤家纺类收报于 92.35 点，环比下跌 0.05%。

市场行情环比回升，辅料指数环比上涨

据监测，本期辅料类价格指数收报于 111.87 点，环比上涨 1.14%，较年初上涨 1.01%，同比下跌 1.25%。

本期辅料类价格指数环比上涨。近期，市场成交环比回升，轻纺城传统市场辅料行情环比上行，价格指数环比上涨。其中：窗帘布带收报于 109.53 点，环比上涨 3.20%；打孔圈收报于 99.66 点，环比上涨 0.65%；挂球和挂钩收报于 101.04 点，环比上涨 5.20%；窗帘花边收报于 105.50 点，环比上涨 1.56%；窗帘轨道收报于 94.78 点，环比上涨 0.09%。

后市价格指数预测

预计下期轻纺城整体行情将呈震荡小跌走势。因夏日淡季，部分服装厂家布匹采购环比减少，下游服装生产企业、家纺生产企业订单环比减少，纺织品市场观望情绪较浓。内需外贸订单局部回缩，部分贸易商和织造厂家大众产品订单显现不足。**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

