

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

2026.4.6 | 第12期 | 总第1260期



P9
前沿科技的校地企合作，
兴国给出了标准答案



P14
柯桥纺企
如何让流量变“留量”

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
风尚聚势 设计新生
2026中国国际时装周（春季）圆满收官

2026 春季DPARK 服装服饰 ODM 展从创意展示转向实效交易，实现了设计与市场的深度链接。

印染智能化正在进入人工智能时代!
The intelligentization of printing and dyeing is entering the era of AI!

HK-AI印染人工智能大模型!

HK-AI Printing and Dyeing AI Large Model !

宏大智慧 创造印染智能制造新时代!

HONGDA INTELLIGENCE Leading the New Era of Intelligent Manufacturing in Printing and Dyeing!

INSHK®定形机“自动驾驶”系统
INSHK® Stenter Auto-Pilot system

基于人工智能技术的染色系统
Dyeing system based on AI technology

基于人工智能技术的验布系统
Fabric Inspection system based on AI technology



毛绒天地 毛绒圈

北市场

一区三楼毛绒专营区等你



入驻热线
TEL-0575

联系人: 邵先生 雷小姐

84111017



宏大官网



宏大公众号

国家专精特新“小巨人”企业
National "Little Giant" Specialized and Innovative Enterprise
国家印染数字化系统技术研发中心
National Printing & Dyeing NC System Tech R&D Center
宏大智慧科技(集团)
Hongda Intelligence Technology (Group)

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
	许依莉
美编	郭 淼
	余 辉

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
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

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:Textile

承印:北京晟德印刷有限公司

本刊声明

本刊已许可中国知网、超星期刊域、博看网、龙源期刊以数字化方式复制、汇编、发行、信息网络传播本刊全文。本刊支付的稿酬已包含上述平台著作权使用费,所有署名作者向本刊提交文章发表之行为视为同意上述声明。如有异议,请在投稿时说明,本刊将按作者说明处理。

06

资讯 *Infos*

纺织在智能穿戴、生物医药等领域有创新优势
展现青年设计新力量
传达全国两会精神,推广“爱国者治港”理念

08

关注 *Attention*

聚焦肯尼亚:多重红利释放“东非制造”新优势
前沿科技的校企合作,兴国给出了标准答案

10

特别报道 *Special*

风尚聚势 设计新生

14

柯桥·中国轻纺城专版 *China Textile City*

当直播间成为“新橱窗”,柯桥纺企如何让流量变“留量”
少则精,稳则远——翊鹏纺织的“慢增长”之道
柯桥5家纺企入选省级示范项目
“麻类面料专区”“时尚女装面料第一站”走进杭派服饰产业园

18

化纤 *Industry*

抑菌易去污+植物基!伊品生物这款尼龙带来易打理纤维新体验

19

家纺 *Industry*

链新聚势!第57届广州家博会点亮家居产业新征程

20

品牌 *Brand*

波司登高德康:以创新与坚守打造领军品牌

21

一线 *Frontline*

新乡白鹭:凝聚全球产业力量 共绘纺织深绿蓝图
鄂尔多斯集团“绒山羊促绒技术推广”正式启动
浙江青士:颠覆传统竹纤维技术
上海德福伦:废纺分离难题有新突破!
中科国生 FURIX™ 塑就下一代材料形态
江苏海科发布“云绒”系列4大创新填充纤维产品

25

观察 *Observation*

关于物流园区实施仓配一体化服务的路径探讨

26

指数 *Index*

春市营销震荡推升 价格指数环比上涨



刘萍
《纺织服装周刊》总编辑

THOUGHT POWER 春天的思想力

春回大地,万象更新,这是东风浩荡、新芽萌生的好时节,也是让我们的大脑荡涤陈腐、重塑新知的好时节。

从马年春晚上具身智能机器人惊艳升级到大众排队装“龙虾”的OpenClaw爆火,AI正加速进入物理世界;从霍尔姆斯海峡纷争到世界原油价格波动,国际冲突使经济与外交的风险如影随形……每个人都在接受着“过载”的信息,每个人也必须重塑信念,驾着新的舟楫驶向未知的海域。

“当今时代,最大的风险不是来自外部的惊涛骇浪,而是来自内部的思维板结;最好的防护不是筑起高墙,而是融入洪流。”中国纺联会长孙瑞哲在首届时尚探索大会上的发言一语中的。

当下,可持续发展对材料与工艺提出全新要求,人工智能技术深刻重构设计流程与创作表达,用户需求的多元化则呼唤更具人文情怀与温度的解决方案。在这一背景下,设计师的创新思维显得尤为重要。2026时尚品牌首席设计总监圆桌会议上,百余位设计总监围绕新中式3.0、可持续设计、AI共创、Z世代消费等核心议题展开了深入探讨,从30年老牌到淘宝网红潮牌,从60后到00后,老中青三代设计师的碰撞火花四溅,中国时尚话语权正重构启新。

中国设计所面临的,已不再是样式的革新,而是一种认知方式与审美逻辑的重构。著名设计师张肇达认为,多年以来,如何“使用传统”一直是中国时尚的关键课题。当中国文化进入当代设计语境时,常常被压缩为易于识别的视觉元素。但中国时尚真正需要的,不是更多可被辨认的“中国符号”,而是一套能够被世界理解的“中国逻辑”,让中国时尚真正在全球舞台上发出自己的声音。

“十五五”开局之年,中国纺织服装行业正处在构建现代化产业体系、锻造世界级时尚品牌的关键时期,面对着从工业制造型产业向时尚创意型产业系统跃迁的重要课题。“重构品牌韧性”成为破题之解。如果说行业当下的韧性,来自于深度市场化的基因,那么行业未来的韧性,则有赖于高度品牌化的体系。

“人工智能驱动生产力革命性跃迁,创意何存?”在时尚探索大会上,中国服装协会会长陈大鹏回答了这一迫切提问。他答道,其实文明的每一次跨越,都是文化和科技的双向奔赴。为人文赋理,为技术立心。身处智能时代的“数据洪流”,我们需要更加珍视赤诚、炽热的“创意心流”,而这正是时尚产业的核心所在。与此同时,人机共同创造力已成为时尚创意的新引擎。人工智能是赋能,不是替代。AI交付效率,人要更专注于生活的创意和情感的传达,增强品牌的价值创造力。

乘着春风,让我们放飞思绪,以全新的思想认知,共赴时尚产业的新征程!



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
微信公众号



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

工业和信息化部等九部门近日联合印发《推动物联网产业创新发展行动方案(2026—2028年)》,提出到2028年,制修订50项以上先进适用标准,培育打造10个亿级连接和15个千万级连接的应用领域,物联网终端连接数力争达到百亿级规模,物联网核心产业规模突破3.5万亿元。

——经济日报

3月份,制造业采购经理指数(PMI)、非制造业商务活动指数和综合PMI产出指数均重返扩张区间,分别为50.4%、50.1%和50.5%,比上月上升1.4个、0.6个和1.0个百分点,我国经济景气水平回升。

——中国物流与采购联合会

4月1日公布的《2025年中国专利调查报告》显示,我国专利创造能力持续增强,企业发明专利通过研发获取的比例为87.4%,较上年提高0.8个百分点,较2021年提高了2.9个百分点。

——国家知识产权局

从综合指数看,2025年全球经贸摩擦指数12个月份均处于高位,全球经贸摩擦形势日益严峻。

——中国贸促会

中国工程院发布《2025 全球工程前沿》报告指出： 纺织在智能穿戴、生物医药等领域有创新优势

3月25日，中国工程院发布《2025 全球工程前沿》报告。该报告从全球216万篇高影响力论文、53万项高影响力专利以及科技新闻等多源数据中，审慎研判确定了9大领域的94个工程研究前沿和95个工程开发前沿。其中，多项纺织相关工程科技跻身全球工程前沿阵列，充分展现了我国纺织科技在智能穿戴、生物医药、新材料等领域的创新实力与领先优势。

在本次发布的报告中，个性化医疗用智能纺织品入选环境与轻纺工程领域Top10工程研究前沿，并被作为该领域的Top3前沿进行重点解读，成为纺织科技跨界融合的标志性的成果。

报告指出，个性化医疗用智能纺织品是纺织工程、微电子、信息科学与生物医学交叉融合的前沿领域，其核心在于将传感器、驱动单元及数据处理算法集成于柔性织物中，实现对心电、呼吸、血氧、体温等生理信号的实时监测与分析，甚至具备药物释放、电刺激等治疗功能。该类纺织品不再是传统的被动穿戴物，而是主动、连续、个性化的健康管理平台，推动医疗模式从“治疗为主”向“预防为主”转变。

报告数据显示，我国在该领域的科研产出占据绝对优势，核心论文数量领先(91.04%)，美国和英国分列第二、三位；主要研究机构包括亚洲大学、天津工业大学、中国医科大学、青岛大学等，其中我国机构在论文数量和影响力方面表现突出。

报告预测，未来，个性化医疗用智能纺织品将朝着智能化、舒适化、产业化三大方向深入发展。人工智能与机器学习技术的融合将增强其数据分析和疾病预测能力；新材料与新工艺的应用将进一步提升穿戴舒适性、

耐用性和可洗涤性；自供能技术（如柔性电池、能量采集）的突破将推动实现真正“无缝化”健康监测。此外，多模态传感、闭环控制系统、与云端健康平台的深度融合将成为重点。预计在5—10年内，该类产品将从实验室走向规模化应用，广泛应用于家庭健康管理、远程医疗、体育科学和军事医疗等领域，成为个性化医疗生态系统的关键组成部分。

在化工、冶金与材料工程领域中，高性能纤维增强复合材料跨尺度设计与集成开发入选Top11工程开发前沿。高性能纤维增强复合材料开发旨在克服传统复合材料力学各向异性、功能单一及环境不可持续等局限，通过多尺度优化和集成工艺开发，在保持轻量化优势的同时，实现高韧性、功能化和可循环的协同突破，以满足复杂多变的应用需求。凭借其在航空航天、交通运输和民用工业等领域的广泛应用，高性能纤维增强复合材料已成为推动现代工业与科技发展的核心动力之一。

此外，纳米结构可穿戴电化学生物传感器制备入选环境与轻纺工程领域Top10工程开发前沿，与智能纺织品形成技术配套；人形机器人用超弹性多感知柔性材料入选化工、冶金与材料工程领域Top11工程研究前沿，凸显了纺织材料在机器人等领域的战略价值。

中国工程院自2017年起每年组织院士专家开展“全球工程前沿”研究，按照9个领域方向，通过数据挖掘、专家交互、研判遴选，获得90个左右工程研究前沿和90个左右工程开发前沿。研究成果按年度以中英文面向全球发布，有效发挥了学术引领、产业引导和决策参考的作用，到了国内外社会各界的广泛关注和积极评价。

(科技发展部)

传达全国两会精神，推广“爱国者治港”理念

香港纺织行业人士举行全国两会精神交流分享会

3月28日，由香港纺织商会、香港纺织业联合会、香港爱国主义教育促进会联合主办的“全国两会精神交流分享会”于九龙湾隆重举行。活动深入传达两会精神，推广“爱国者治港”理念，回顾“十四五”发展成果、展望“十五五”规划部署，进一步推动香港更好融入国家发展大局。

分享会邀请多位重量级嘉宾主讲，包括全国政协委员、香港纺织业联合会名誉会长、香港纺织商会永远荣誉会长陈亨利博士；全国政协委员、香港纺织商会监事长、香港爱国主义教育促进会执行主席王庭聪；全国政协委员、香港纺织商会名誉会长颜宝铃；以及全国政协委员叶建明，三大商会要员及社会各界领袖亦应邀出席，现场座无虚席，气氛热烈。

陈亨利表示，香港应把握“十五五”机遇，发挥国际化平台优势，助力内地品牌抱团出海，推动大湾区低空经济试点，带领纺织业对接“一带一路”，以创新设计与高端技术打造时尚产业枢纽。

王庭聪强调，必须全面落实“爱国者治港”原则，筑牢“一国两制”根基，加强青年爱国主义教育，并从住房、托育、教育公平等民生领域着力，为青年创造更多向上流动的机会。

颜宝铃分享了今年全国两会的经济及民生发展议题。重点关注香港对接“十五五”、共建“一带一路”等机遇。她建议香港北部都会区建设跨境电商产业园对接国家规划，同时鼓励香港纺织业借“一带一路”布局海外，分散投资风险。

叶建明指出，“十五五”推动经济高质量发展，香港可凭借专业服务与低税制优势，协助内地企业“走出去”，并把握内地超大规模市场转型机遇，



会议现场。

积极拓展大健康、银发经济等新赛道。

香港纺织商会会长杨勋作总结发言，他以国家发展历程为例，强调五年规划的重要引领作用，呼吁业界转变思维、团结一致，以实际行动对接国家战略，把握新机遇、应对新挑战。

本次活动进一步凝聚爱国爱港力量，加深社会各界对全国两会精神的理解与认同，充分展现香港业界支持国家发展、主动融入国家大局的坚定决心。与会人士一致表示，将以爱国精神为引领，以务实行动推动各行业高质量发展，携手共创香港美好未来。(罗欣桐)

展现青年设计新力量

中国美协“青年伙伴计划”时尚100结项成果展示、秀演活动举行

近日，由中国文学艺术界联合会指导、中国美术家协会主办、中国文联美术艺术中心与北京服装学院共同承办，中国美术家协会服装设计艺委会、中央美术学院美术馆、中国服装设计师协会协办的中国美术家协会“青年伙伴计划”——首届时尚100结项成果展示、秀演活动，在中央美术学院美术馆举行。

这是中国美协首次将服装设计纳入核心人才培养体系的重要举措。项目自2025年4月启动以来，从全国59所重点高校及知名设计机构中严格遴选出100名优秀青年设计师，历经集中培训、实地研修与多轮学术评审，以扎根中华优秀传统文化为底色、以面向时代前沿为方向，向公众呈现了一批兼具审美自信与文化软实力的丰硕成果。

中央美术学院党委书记、副院长于洋在致辞中表示，“时尚100”项目搭建起从学术培育到成果展示的全链条支撑体系，推动艺术与时尚设计深入交流，为构建中国风格时尚话语体系作出重要示范。

北京服装学院院长贾荣林在致辞中指出，时尚是文化软实力的重要载体。作为承办高校，他从产学研融合的角度分享了三点思考：一是坚守文化根脉，夯实中国创造的创新基石；二是深化产业融合，激活时尚产业的心智生产力；三是心怀“国之大者”，在服务国家战略中彰显青年担当。

北京舞蹈学院党委书记、副院长肖向荣指出，青年设计师应当秉持真诚、苛求细节，让作品饱含对世界的真实感知。愿他们坚守自我，追风赶月，终抵属于自己的艺术春山。

学员代表、湖北美术学院时尚艺术学院教师姜晓曦谈到，此次学习经历是一次精神远行与本心回归。学员们将东方哲思转化为当代视觉语言，在跨学科碰撞中重新审视衣与人、艺与用的关系，实现了专业淬炼与观念重塑。

中国美协分党组书记、驻会副主席屈健表示，服饰与时尚是中华文明的瑰宝。未来，将通过“时尚100”项目持续构建长效人才孵化机制，形成人才聚集与创新创业的良性态势。希望青年设计师以此次活动为新起点，深耕不辍，精进不止，以更多精品力作回应时代召唤。

随后伴随着精妙的光影转换，核心成果大秀震撼上演。依托中央美术学院美术馆独特的建筑场域，秀演空间被构筑为多维立体结构，动态时装演绎与静态展品产生跨越空间的奇妙对话。现场引入数字虚拟人，以数字化形式呈现青年设计师的创意概念，数字影像与真人模特交替登场、相互呼应，编织出一幅虚实交融的未来图景。(贺兰)

广告

绍兴柯桥国际纺博会
F.C. OIHO International Textile Expo

ufi
Approved International Event

2026 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

2026.5.7-9 绍兴国际会展中心

展会热线：0575-81181389 85520065

主要展品：纺织面料（辅料）、纺织原料、家用纺织品、服装、创意设计，纺织机械

www.ctcte.com

聚焦肯尼亚：多重红利释放“东非制造”新优势

■ 本刊记者_耿聃

由肯尼亚投资促进局、Gatsby Africa 与中国国际贸易促进委员会纺织行业分会联合主办的“崛起中的非洲纺织枢纽：肯尼亚纺织服装投资论坛”近期在国家会展中心（上海）成功举办。

作为东非共同体成员国中工业基础相对完善的国家，肯尼亚正凭借其独特的“政策+能源+市场”组合优势，成为中国纺织企业布局非洲、辐射全球的理想投资目的地之一。本次论坛通过政策解读、案例分享与政企对接，系统展示了肯尼亚在纺织产业链构建、生产成本控制及国际市场准入等方面的核心竞争力，为相关企业深入了解当地投资环境、把握合作机遇搭建了高效沟通平台。

论坛现场，肯尼亚出口加工区管理局（EPZA）首席执行官 Richard Omelu 与肯尼亚投资局（KenInvest）纺织服装领域投资负责人 Vincent Andayi 深度解读了该国纺织服装产业链的投资优势，从政策激励、产业配套、绿色能源等多个维度，向在场听众描绘了一幅充满机遇的“东非投资热土”蓝图。

“十年免税”与“零关税”，打造“成本洼地”

在纺织服装产业的长期发展规划与配套激励政策层面，肯尼亚相关主管部门已释放出明确的引资信号与政策红利。

肯尼亚投资局纺织服装领域投资负责人 Vincent Andayi 在论坛上透露，肯尼亚的目标是在 2035 年前将纺织与服装出口额从目前的约 7 亿美元提升至 20 亿美元。为实现这一目标，肯尼亚正积极吸引上游产业链投资，包括纺纱、织造和印染环节。

肯尼亚出口加工区管理局首席执行官 Richard Omelu 则重点解读了当地极具竞争力的投资激励政策：入驻出口加工区（EPZ）的企业可享受“十年免税”的专属政策红利，前 10 年全额免征企业所得税，10 年期满后，后续 10 年的企业所得税税率将锁定在 25%，远低于肯尼亚国内常规企业所得税税率。除此之外，出口加工区内企业进口原材料、机械设备可长期享受免征进口关税与增值税的政策优惠；政府还为入驻企业提供“一站式”配套服务，大幅简化企业注册、许可证申请等行政审批流程，降低企业落地运营的行政成本。

产业生态完备，人力动能充沛

当前，肯尼亚正面向全球纺织服装领域投资者释放全方位落地红利，为意向入肯企业打造从政策支持到生产配套的全链条保障。“我们的支持是全方位的，包括土地租赁、基础设施配套以及绿色通道安排等。”Richard Omelu 强调。

Vincent Andayi 进一步介绍说，肯尼亚的劳动力供给优势为纺织服装产业发展筑牢了核心支撑：当地每年培养近百万大学毕业生，同时建立了完善的技术职业教育与培训体系，通过学术机构、行业企业的紧密合作，为纺织服装行业量身定制兼顾专业技能与实践能力的定向课程，源源不断输送适配产业需求的技能型人才；这些劳动力不仅具备良好的技能基础、较高的生产效率，还表现出较强的纪律性，缺勤率长期保持低位，能够充分保障企业生产的稳定性与运转效率。成本层面，肯尼亚劳动力平均月薪仅为 150 美元（最低 125 美元），人力成本优势放眼全球都极具竞争力。

除了人力的核心优势，当地逐渐成熟的产业集群与市场空间也为企业落地减少了磨合成本：“我们每年进口超过 10 亿美元的面料，这为上游投资者提供了巨大的市场空间。”Vincent 表示，目前当地已有近 45 家活跃的纺织和服装制造商，其中约三分之一为中资企业，大多集中在阿西河等出口加工区内，供应链协同效应显著。此外，投资者可将高达 80% 的产



肯尼亚成为中国纺织企业布局非洲、辐射全球的理想投资目的地之一。

品出口到东非以外市场，同时允许 20% 的产品在肯尼亚国内市场销售，充分适配企业多元化的市场布局需求。

配套保障方面，出口加工区内已建成完善的铁路运输系统，临近空港，距离肯尼亚最大港口、东非核心海运枢纽蒙巴萨港仅约 500 公里，海陆空物流通道全程畅通，能够充分满足纺服企业原料进口、成品出口的高效运输需求，为企业长期稳定运营提供坚实后盾。

地热驱动，破解纺织业“高能耗”痛点

针对纺织业的特点，肯尼亚利用其独特的地热资源优势，为纺织业装上“绿色心脏”，给中国投资者提供了极具竞争力的能源解决方案。“纺织业 70%—80% 的能源需求是热能，直接利用地热能有望显著减少排放和成本。”Gatsby Africa 纺织与服装项目总监 Michael Mithika 表示，这项研究旨在超越当前电网供电效率，建立全球首个完全由地热驱动的纺织厂。该园区已享有肯尼亚最便宜的电力（7 美分 / 千瓦时）和高压蒸汽（每吨 12.39 美元），为高能耗企业提供了多样性的选择。

肯尼亚利用其丰富的地热资源发展绿色纺织业的愿景，如今有了坚实的落地项目支撑。据介绍，中国开山集团已于 2025 年 11 月在奥卡里亚园区破土动工，建设一座 165 兆瓦的地热能绿色化肥厂。该项目预计年产 20 万至 30 万吨化肥，创造超过 2000 个就业岗位，并每年减少超过 60 万吨二氧化碳排放。这一项目的成功落地，为后续纺织企业的入驻提供了能源保障和基础设施支持。随着地热纺织厂可行性研究的推进，肯尼亚有望成为全球纺织业绿色转型的“样板间”。

凭借优惠的投资红利、成熟的产业集群配套、广阔的市场潜力以及低廉稳定的绿色能源，肯尼亚方面代表表示，愿向中国纺织行业投资者抛出橄榄枝，诚邀更多中国企业把握这一历史性机遇，共同探索全球纺织业可持续发展新模式，探寻降低生产成本、实现绿色生产的新方向。肯尼亚政府也将持续优化营商环境，提供从政策扶持到基础设施建设的全方位保障，与中国投资者携手，将肯尼亚打造成为非洲乃至全球纺织产业绿色发展的新高地，共享中非经贸合作的丰硕成果。

政策引领方向，实践落地生花。据透露，面对全球纺织产业格局的演变升级，为助力中国纺织企业把握非洲发展机遇、拓展国际合作新空间、构筑全球化供应链体系，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会将在今年 5 月联合相关单位共同启动肯尼亚纺织服装产业及投资机遇深度考察项目。届时，将有行业专家及优秀企业参与其中，共同探索中肯纺织合作新路径。值得期待的是，在不久的将来，行业或将迎来更多务实创新的合作项目在非洲大陆落地开花，为构建互利共赢的中非纺织产业新格局注入持久动能。TA

前沿科技的校地企合作，兴国给出了标准答案

■ 本刊记者_吕杨

3 月 19 日，香港理工大学兴国技术创新研究院揭牌仪式暨前沿服装纺织科技大会在江西赣州兴国举行。此举标志着由香港理工大学在中部地区设立的首个专注于纺织技术转化的县域研究院正式启航。

全国政协委员、香港理工大学校董会主席林大辉，中国科学院院士郭烈锦，中国纺织工业联合会副会长阎岩，中国纺织工业企业管理协会常务副会长杨金纯等 300 余位嘉宾代表齐聚“红色故土”，共同见证这一纺织科技领域的盛事，探讨产业高质量发展的创新路径。

开启校地合作新篇章

香港理工大学兴国技术创新研究院由香港理工大学与江西省赣州市兴国县人民政府携手共建。研究院将设置国际一流的前沿服装纺织科技研究中心、未来智能穿戴中心，依托港理大国际化科研资源与兴国纺织服装产业承接优势，着力构建绿色可持续发展创新平台，推动创新链、产业链与人才链的深度融合，打造辐射全国的纺织科技策源地。

林大辉在致辞中表示，在兴国设立技术创新研究院，是学校服务国家战略、支持革命老区振兴发展的重要举措。港理大将充分发挥科研、设计与人才优势，共同攻克产业技术难题，为县域纺织服装产业集群的转型升级与高质量发展注入强劲的科创动力。

阎岩强调，发展纺织服装产业是推动城乡融合、区域联动的重要抓手。近年来，兴国县快速发展成为承东启西的纺织服装产业重地。香港理工大学和兴国县共建技术创新研究院，必将为行业科技创新和高质量发展注入新动能。她希望研究院强化基础研究与原始创新，致力于打造技术攻关的“策源地”；构建成果转化的“试验田”；立足绿色制造与低碳发展，把握绿色发展“新赛道”；搭建产教融合的“连心桥”，为行业高质量发展提供坚实支撑。

赣州市政府副市长雷鸣表示，赣州高度重视并全力推动纺织服装产业这一优势产业发展。他希望研究院聚焦前沿、聚力转化，成为吸引创新资源的“强磁场”和培育新质生产力的“策源地”，助力赣州打造具有全国影响力的纺织服装先进制造基地。

兴国县委书记李贱贵表示，兴国县正全力将纺织服装产业作为首位产业打造，迫切需要科技创新引领。兴国将以此为契机，全力优化营商环境，强化服务保障，推动产业基础高级化、产业链现代化，奋力打造全国纺织服装产业创新发展的示范高地。

在产学研合作项目签约仪式上，香港理工大学时装及纺织学院教授、香港理工大学兴国技术创新研究院院长范金土分别与际华集团股份有限公司、长胜纺织科技发展（上海）有限公司、江西服装学院代表签署合作协议。各方将在技术研发、成果转化、人才培养、产业协同等方面开展深度合作，共同推动先进技术在职业装、牛仔服装等领域的产业化应用，助力兴国纺织服装产业链的不断完善与价值链的快速提升。

活动同期，与会嘉宾参观了研究院前沿服装纺织科技研究中心和未来智能穿戴中心。

共绘产业升级路线图

在“前沿服装纺织科技大会”上，与会嘉宾围绕会议主题进行了深入交流。

兴国县委副书记邹芬芬表示，兴国县委、县政府把纺织服装产业作为主导产业、富民产业，高标准打造纺织服装产业园，精心培育牛仔特色小镇，以绣花功夫织出产业链的韧劲，攒起创新力的后劲。如今，全县纺织服装生产经营主体已超 3000 家，年产服装近 1 亿件，全产业链产值年均增幅 15% 以上。兴国县委、县政府将始终秉持“踏踏实实、



会议现场。

用心用情”的工作理念，当好大家干事创业的“服务员”。

杨金纯强调，本次大会以“科技赋能 创新引领”为主题，致力于打造纺织服装业界科技与产业精准对接、高效转化的优质平台，是落实国家科技创新战略、推动纺织产业向中高端迈进的重要举措，对于利用“苏区振兴”战略机遇、承接产业转移、实现区域经济高质量发展具有重要意义。

结合多年从事能源动力多相流与传热研究的深刻洞察，郭烈锦也对纺织服装产业的科技创新提出了方向性建议。他说，纺织服装产业要引入跨学科的思维，将“流”与“热”的动力学规律应用于智能可穿戴设备的散热管理、纤维材料的相变储能开发，以及全产业链的能效提升上。他呼吁业界以系统工程的视角重构生产流程，通过基础研究的突破带动产业整体创新能力的跃升。

主题演讲环节中，范金土在题为“穿戴智能与时尚创新”的报告中，分享了研究团队在纺织材料研发、工艺创新、功能服装设计、人工智能应用等方面的研究进展以及这些研究对推动健康防护和可持续性发展的作用与价值。

香港理工大学先进制造研究院院长黄国全聚焦生成式 AI 驱动的智能时尚系统，深入探讨了工业人工智能与制造物联网在智慧供应链构建中的深度融合应用。

香港理工大学时尚与纺织学院（SFT）副教授、香港理工大学兴国研究院副院长长寿大华在报告中系统阐述了先进纺织与智能可穿戴领域的前沿突破。

香港理工大学时尚与纺织学院助理教授康占肖介绍了汽液相变技术赋能节能减排与功能纺织品创新应用研究情况。

香港理工大学时装及纺织学院研究助理教授娄仑作了题为“可穿戴热管理技术—实用创新与产业化前景”的专题分享。

纺织品废弃物的回收和升级利用已经成为全球关注的环境问题，也是限制目前纺织产业可持续发展的主要问题之一。香港理工大学时尚与纺织学院助理教授张汉超以“先进技术开发促进可持续纺织产业”为题分享了光热技术选择性回收涤棉纺织品。

香港理工大学智能可穿戴系统研究院、时装及纺织学院助理教授傅济民以“面向牛仔产业高盐废水处理的离子键控智能水电联产系统”为题进行了详细介绍。

据了解，香港理工大学兴国技术创新研究院已启动首批 11 个科研项目，主要聚焦职业装和牛仔服装两大领域，涵盖了系统研发、智能穿戴、绿色低碳等课题。未来，兴国县将以研究院为核心引擎，全力打响“兴国红牛仔”区域品牌，全力打造集研发设计、生产制造、文旅体验于一体的全国纺织服装优质智造示范区。

活动期间，阎岩、杨金纯等嘉宾与兴国县政府副县长、经济开发区党委书记刘文，县科工局副局长钟修源一起，走访调研了岐能科智服饰、SAGA Group、江西（兴国）国际牛仔服装智造产业城和际华集团兴国职业装智造基地等代表企业和园区。TA

风尚聚势 设计新生

2026 中国国际时装周(春季)圆满收官

■ 本刊记者_王振宇 耿聃 罗欣桐

2026年3月20日至28日,2026中国国际时装周(春季)在北京798·751园区举办,为期九天。本季时装周以“锐意新生”为核心,紧扣国家“三新经济”发展脉搏,助力北京国际消费中心城市城市建,汇聚全球时尚力量,成为兼具行业影响力与消费带动力的国家级时尚平台。

本届时装周规模盛大,举办160余场专业秀展、120余场首发首秀,近400位设计师、230余个品牌参与,吸引中国、法国、德国、意大利等10余个国家和地区时尚力量加盟。全媒体曝光量达15亿+,社媒自然流增长5.5亿+,热度持续攀升。冬奥冠军宁忠岩受聘为全球推广大使,为中国时尚注入向上力量。

国际化合作迈向纵深,国际品牌从“进入中国”转向“融入中国”,法国、德国等品牌带来中国首秀与精品发布,全球买手现场对接订单,推动中外时尚深度共生。本土设计实现文化自信升级,设计师以松弛姿态将东方诗意、非遗技艺与当代成衣融合,金顶奖设计师及民族文创品牌集中亮相,让传统美学活态传承。

万亿级纺织服装产业带集中亮相,上海、海宁、盛泽、湾区等主题日规模化登场,产业带与主播、商业渠道直连产销,从供应链

支撑升级为创意引领。时装周深耕首发经济,联动京东、华润、万达等平台与商圈,打造“秀场首发、商圈落地、即看即买”模式,打通创意到消费的完整链路。

数字科技成为亮点,近40位数字设计师运用AI、数字孪生等技术打造先锋作品,虚拟试装、服务机器人落地应用,拓展时尚边界。秀场与商圈全域联动,DPARK服装服饰ODM展升级为创意、商贸、资本共生的生态枢纽,实现时尚流量向消费动能高效转化。

行业思想交流持续深化,中设圆桌、时尚讲坛聚焦中国时尚话语权建设,推动原创设计保护与产业规范。可持续时尚落地推进,中国服装设计师协会联合歌力思集团启动“设计未来”计划,投入200万元专项基金,助力低碳循环发展。

时装周期间,时尚创新大会、时装技术奖、常熟杯设计大赛等项目相继启动,挖掘新锐人才,完善产业生态。

2026中国国际时装周(春季)以多元创新、产商融合、文化自信与国际视野,完成了服务国家战略、推动产业升级的实践。9月,2026中国国际时装周(秋季)将再度启幕,续写中国时尚新篇章。



杉杉 2026 秋冬系列： 诠释当代男士的从容之道

三月北京,2026中国国际时装周(春季)的舞台迎来一场关于时代精神与生活方式的深度演绎。国民男装品牌杉杉以“聚势”为主题,发布2026秋冬全新系列。这不仅是一场秋冬时装的预览,更是一次对当代男性多元身份与生活场景的回应与重构。

四个系列,四种场景,最终汇聚成一个核心命题:如何以服装为载体,承载穿行者的多元身份与内心秩序?杉杉以“聚势”作答,既是对中国文化精神的当代转译,亦是对品牌战略的具象表达。

作为创立于1989年的中国男装标杆,杉杉始终坚持以匠心为本、务实为基。在全新智能制造基地投产与子品牌体系升级的背景下,杉杉正以“中国西服第一品牌”为战略支点,推动中国西服成为世界语言,向“百年经典的时尚产业平台”稳步前行。

风尚无形,聚则成势。在穿行万境的时代浪潮中,杉杉以衣为媒,陪伴每一位前行者,抵达内心的从容之境。

衣迪阿诺 × 梁燕： 高校赋能凉山彝族服饰焕新

凉山彝族自治州创新服饰品牌衣迪阿诺联合北京服装学院教授、中国十佳时装设计师梁燕在2026中国国际时装周(春季)舞台上,向观众呈现了以“山河史诗·彝生之境”为题的2026秋冬发布会,现场1500余位观众观看了本场发布会。

发布会以“源启”“沥火”“新生”三个章节的递进叙事,呈现了彝族的族群记忆与历史印记如何在服饰迁徙与演变中开启新的文化篇章,带观众完成了一场横亘千年的民族迁徙叙事和生命行旅体验。



“海宁日”：展现潮城设计的强劲实力

3月23日,2026中国国际时装周(春季)“海宁日”专场活动在北京盛大启幕。2项产业项目签约,5场时尚发布,全方位展示了海宁时尚产业的创新活力与国际化视野,向全球发出“时尚潮城”的诚挚邀约。

作为“海宁日”的重头戏,五场海宁设计师专场发布会集中展现了潮城设计的强劲实力与独特魅力。

活动现场,还达成了两项重要产业协作,一项聚焦原创设计资源与产业载体深度对接,提升设计成果市场化转化效率;一项则围绕服装产业人才培育与区域品牌建设,推动产业链、创新链、价值链深度融合,为产业高质量发展夯实基础。

目前,海宁拥有全国最大的家纺面料生产基地和全球最大的提花家纺产销中心,皮革产品产量占全国55%以上,拥有国内外专职设计师3000余名,每年推出新款服装超15万款,全国60%的新款秋冬服装设计出自海宁。从“皮革之都”到“时尚潮城”,海宁正以开放之姿、革新之势,加速迈向千亿级时尚产业集群。2026中国国际时装周“海宁日”专场活动的成功举办,不仅是对海宁时尚产业发展成果的集中检阅,更是对“潮城”未来无限可能的有力宣示。

璎锦 LI JIN “驰观”系列发布： 非遗焕新正当时

在2026中国国际时装周(春季)“海宁日”的舞台上,中纺·璎锦 LI JIN 携全新系列惊艳亮相,设计师贺荣以“驰观”为设计主题,凝萃“天人合一”的东方核心理念,将织锦非遗技艺的传承与纱罗工艺的现代化创新熔于一炉,用一针一线解码非遗活化的现代路径,让千年织造技艺在时尚语境中焕发全新生命力。

本次璎锦 LI JIN 发布的全新系列,以移动的哲思能量为核心,将“驰观”拆解为“自然驰观”与“人生驰观”双重维度,恰逢马年,更取骏马奔驰之意,诠释永不停歇的创新与探索。



从“开罐”到“回响”：2026 春季 DPARK 展“让设计找到市场”

3月22—25日,2026春季DPARK服装服饰ODM展在北京798·751园区79罐举行。作为2026中国国际时装周(春季)核心商贸板块,本次展会以“锐意新生”为内核,从创意展示转向实效交易,用高效对接与真实订单,实现了设计与市场的深度链接。

本届展会人气与专业度双高,展前预登记3477人,四天累计登记观众5873人,总专业观众近万人次,其中专业买手、供应链决策者、品牌主理人占比超60%,为高效商贸对接奠定基础。展会汇聚65家参展机构、近100个海内外品牌,集中呈现超30000款先锋设计,搭建起覆盖“先锋设计—链动时尚—时尚跨界”的全产业生态,成为设计师、品牌、渠道、供应链高效对接的“超级资源库”,帮助专业观众快速对接全国优质供应链。

展会核心价值在于将时装周创意势能转化为市场动能,商贸氛围浓厚,洽谈活跃,现场快速达成合作意向与订单。深圳金晖南油时装原创中心携24家原创设计师品牌组团参展,涵盖东方美学、极简、针织等多元风格,展位洽谈持续火爆,完整呈现“设计—制造—交易”闭环,验证了原创设计从孵化到市场落地的高效路径,助力品牌开拓北方市场,对接买手店与精品百货资源。

展会同步引领产业趋势,聚焦时尚、科技、绿色、健康深度融合。数字化设计、柔性供应链成为交流热点,创新功能面料提升服装科技感与实用性。可持续理念贯穿全场,香云纱、非遗夏布与湘绣、民族传统服饰等在设计中当代活化,绿色工艺与环保材料广泛应用。众多品牌采用天然纤维、植物染、有机材质,搭配透气抑菌科技,实现生态环保与人体友好统一,让可持续时尚从理念落地为产品。中国纺联可持续创新专区集中展示绿色成果,推动环保方案进入商业选品。



同期举办15场商贸主题讲坛,议题直击行业痛点,涵盖原创设计保护、Z世代消费、AI赋能生产等务实方向,精准解决产业实际问题。

历经12年升级,DPARK已从展示窗口蜕变为国家级商贸枢纽。本届展会整合商务洽谈、趋势发布、直播探展、精准对接等功能,打造复合型商贸服务生态,现场达成大量意向合作与订单,国际展团也借此找到进入中国市场的精准入口,逐步成为连接中国设计与全球市场的核心平台。

四天展期虽短,产业回响悠长。2026春季DPARK服装服饰ODM展以扎实的商贸成果、前瞻的产业视野,展现了中国时尚完整产业链、强大制造力与持续创新力,为时尚产业高质量发展注入强劲动力。



ULEEFON 携手 Leaf Crown : 带来时尚融合新态

2026年3月，中国国际时装周以“锐意新生”为核心主题，在北京798·751园区盛大启幕。这场汇聚全球时尚智慧与产业创新的行业盛宴，迎来了一次极具突破性的跨界合作——深耕生物纤维护肤领域的高端品牌 ULEEFON，携手新锐时装品牌 Leaf Crown，以“一路生花”为主题，打造了一场兼具视觉冲击与理念深度的联合大秀。

本次大秀以“生物纤维”为联动桥梁，将 ULEEFON 在护肤领域的核心技术积淀，与 Leaf Crown 的时尚设计美学深度融合，不仅打破了护肤与时装两大行业的边界，更以材质创新、舞台装置、色彩叙事完整诠释了双品牌“绿色自然、破界重生、一路生花”的核心主张，为可持续时尚发展提供了极具参考价值的创新范本。

从市场深耕到精神栖息： 陈巧萍 KIPMIC STYLE 进阶之路

当“栖野藏锦”KIPMIC STYLE 秋冬系列大秀开启设计师陈巧萍的中国国际时装周之旅，她完成了一场“向内求”的逻辑梳理，不止关乎美学，更关乎品牌化路径的自我审视。

“品牌需要长期的沉淀和明确的调性，这不仅提升设计的归属感，更能引发灵感的精准产出。”陈巧萍认为。KIPMIC STYLE 在进阶过程中具备了极强的“免疫力”，不仅保障了产品的稀缺性，更赋予了品牌一种“不可被轻易定义”的议价权。



Y2FREEDOM 触觉宣言： 用面料诉说女性力量

先用触觉感受服饰，强势背后应该另有“隐情”。当 Y2FREEDOM 2026 秋冬“馨·触觉”在 2026 中国国际时装周（春季）震撼登陆，行业内讨论最多的，除了胡莹莹那句“温柔是选择，风骨是底线”的女性宣言，还有秀场上那些打破常规的先锋面料——会呼吸的“动感皮”、触感封顶的“拉贡”小乳羊，以及不加任何化学修饰的原生态本色皮草。

Y2FREEDOM 告诉行业：一件真正有风骨、有温度的衣服，揭示了设计师清晰的逻辑，也有其背后强悍且不断进化的孵化力。

这场秀，不仅是一位深耕 15 年的独立设计师的情感爆发，更是其背后强大产业集群——海宁中国皮革城对原创设计硬核赋能的一次精准对话。

MAGGIE MA : 闪耀非均质之光 HETEROGENEOUS LIGHT

3月25日，于北京798·751园区第一车间，中国独立设计师马婧思发布品牌MAGGIE MA 2026SS。本季以经济上行时代下的女性力量为灵感，用利落廓形、多元材质与明亮色彩，书写当代女性独立、自信、开放、包容且大胆舒展的时代风貌，一场属于向上都市女性的时尚篇章正式启幕。

大秀氛围热烈，众多高光时刻熠熠生辉，其高级质感与摩登态度，都只为呈现MAGGIE MA 最纯粹的设计美学。



防晒品牌 HOII 后益： 打造亚洲机能时尚新标杆

中国台湾时尚防晒机能领导品牌 HOII 后益，于 3 月 27 日首度登上中国国际时装周的舞台，在北京 798·751 园区 97 罐举办“2026 熙怡”系列新品发布会。这场融合光能科技与时装美学的华丽展演，不仅是 HOII 进军国际时装周舞台的重要里程碑，更向全球时尚界展现了亚洲机能品牌的独特魅力。

HOII 创始人表示，品牌撷取温柔光谱，将专利光能布料织就为流动的艺术；当光有了温度，科技便有了诗意。本次“熙怡”系列以东方光阴哲学为核心脉络，解构光线、机能与美学的共生关系——让专利光能纤维成为光的翻译者，在步履间淬炼出流动的当代衣语。



乙乙国际： 以时装解构“规则下的自我”

3月24日，以“规则下的自我”为主题的乙乙国际品牌新品发布会在 2026 中国国际时装周（春季）现场正式亮相，设计师宋双于北京 798·751 园区中央大厅，带来全新系列作品，以服装为载体，诠释对自己成长与个性表达的深刻思考。

本次发布会主题“规则下的自我”，源于设计师宋双对自己成长历程的理解，系列作品以“我”为核心，将服装作为展现个人成长轨迹的媒介，设计师本人成长过程的心理波动，随服装节奏逐步展现。

本季作品以柔软的外在面料形态，搭配挺括的内在结构，实现刚柔并济的视觉效果，完美诠释独属于女性的力量之美。同时，本季设计结合当代穿着习惯与审美趋势，对传统紧身束缚的高领与裙撑进行空间感重构，打破其对身体的局限，让经典元素不再是束缚身心的桎梏，而是成为当代人彰显自我、表达个性的独立载体。

壹于 A.1 : 重构衣与人的共生

2026年3月27日，壹于 A.1·许家煜“来回”2026 春夏系列发布会在北京 798·751 园区中央大厅成功举办。品牌设计总监许家煜以东方禅意为核心，以当代女性精神为表达内核，通过“来去自如，心体无滞”的设计语言，重构衣与人的共生关系。

本季大秀主题“来回”，灵感源自禅学中动静相生、虚实相依的生命意境，映照现代女性多重身份与生活场景中追求的自在平衡。“来”象征向外奔赴、舒展绽放的生命姿态，契合职场、社交与多元生活场域的需求；“回”则象征着回归服装本真与内心本我，二者互为表里，形成完整闭环，传递出当代女性的自洽与从容。TA



MOMIWEI “山与海”系列： 以时尚赋能女性多元力量

2026年3月27日，轻奢时尚品牌 MOMIWEI 摩米薇携 2026 春夏高定“山与海”系列，亮相北京 798·751 园区 97 罐，一场融合时尚美学与女性精神的视觉盛宴璀璨启幕。本次大秀以“山与海”为核心灵感，深度诠释新时代女性的多重身份与内在力量，同时传递品牌助力女性实现自我价值的初心与愿景，引发时尚界与各界精英女性的广泛关注。

在本次时装周大秀现场，品牌主理人单薇深情诠释品牌初心，MOMIWEI 追求的从不止于服饰、国际舞台，更在于以时尚为纽带，读懂每一位女性的人生蜕变。



柯桥企业正加速跟上这轮电商直播的转型浪潮。

当直播间成为“新橱窗”，柯桥纺企如何让流量变“留量”

本刊记者 唐小狄

小屏幕连接大市场，电商直播作为数字时代的纽带，正迎来发展的关键转折。如果说过去几年是流量红利驱动的规模扩张期，那么如今，直播电商已正式进入价值深耕时代。行业的竞争重心，正从单纯的流量规模、转化效率，转向内容创新力、价值体系力、供应链整合力的综合比拼。

作为全球最大的纺织品集散中心，柯桥不仅承载着庞大的产能与贸易流，更面临着传统专业市场如何拥抱新渠道的深层命题。当流量逻辑深刻改变着供需匹配的方式，数字化转型对柯桥而言已不再是一个可选项，而是关乎产



业链条重塑与区域经济活力的必选项。

近日，《纺织服装周刊》记者走访柯桥多家企业发现，面对直播电商的深度转型，一批先行者已经从“试水”走向“深耕”。他们有的着力构建信任感，让消费者从认可产品上升到认同品牌；有的专注打造场景化直播间，让观众沉浸式感知产品价值；有的则从供应链端发力，以更快速度支撑前端流量转化。正是通过内容力、场景力与供应链力的系统升级，柯桥企业正加速跟上这轮电商直播的转型浪潮。

信任感：从“看产品”到“信品牌”

当前的直播电商主要分为货架电商与兴趣电商两种模式。货架电商的核心是“人找货”，依赖搜索流量与精准匹配，需要持续优化 SEO 和产品页面；兴趣电商则走“货找人”路线，靠内容激发用户需求，通过短视频等方式实现种草。绍兴嘻嘻咖叻运动服饰有限公司选择的兴趣电商这一发展路径。

“货架电商与兴趣电商最根本的区别，在于‘信任感’。”嘻嘻咖叻总经理方嘉荣一语道破兴趣电商的运营核心。在他看来，兴趣电商并非单纯的内容输出与直播卖货，而是

要让消费者从认可产品上升到认同主播与品牌，因此在账号运营中，企业将打造个人 IP、传递主理人想法融入日常运营。方嘉荣与家人亲自上阵参与直播，让品牌有了具象的“脸和声音”，成为打消消费者顾虑、建立信任的第一步。

基于对服装消费底层逻辑的深刻理解，嘻嘻咖叻将“视觉吸引力”作为建立信任的重要抓手。方嘉荣认为，日常服装消费中，消费者的第一诉求永远是“穿在身上好不好看”，只有先满足这一核心需求，消费者才会愿意进一步了解产品的价格、品质与价值。为此，团队采用风格鲜明的视频开场为服装赋能，让观众直观感受到服装的穿搭效果，在脑海中形成“我穿上也好看”的心理预期，为信任感的建立打下基础。

精准锁定目标人群，是嘻嘻咖叻让信任转化为消费行为的关键。企业从瑜伽运动服饰切入直播市场，将客单价 600 余元的瑜伽裤作为核心产品，精准瞄准抖音平台“精致妈妈”与“资深中产”两大人群。这两类人群对产品品质有高要求，对价格的敏感度则相对较低，更看重产品的实际价值与品牌的认同感。为了匹配目标人群的需求，嘻嘻咖叻选用日本、意大利等进口高端面料制作产品，同时通过短视频与直播，向消费者传递品牌对品质的追求，让产品价值与目标人群的消费理念形成共鸣。

此外，嘻嘻咖叻还以完善的售后保障为信任感兜底，推出七天无理由退货、赠送运费险等服务，打消消费者的试错顾虑。从打造有温度的个人 IP，到打造视觉吸引力满足消费核心需求，再到精准锁定人群实现价值共鸣，最后以售后保障兜底，嘻嘻咖叻构建起一套层层递进的信任感打造体系，让消费者从被内容吸引，到认同品牌理念，最终心甘情愿为产品买单。

场景化：从“卖产品”到“卖氛围”

电商直播将消费场景高度浓缩于一方屏幕，消费者仅凭手机里的视觉与感官体验，便决定是否购买商品买单，因此直播间的场景打造尤为关键。依据产品的特质、实际使用场景等维度，搭建调性高度契合的直播场景，才能让氛围感拉满，让观众产生强烈的沉浸式代入感，进而吸引精准粉丝群体完成转化。

位于中国轻纺城服装市场的绍兴澳邦科技有限公司主营香云纱、真丝、宋锦等高端面料，这类面料自带东方美学底蕴与高端质感，企业如何在直播中打造出契合高端面料的雅致国风与品质质感的感觉，让消费者直观感知产品价值并买单？

在澳邦科技的香云纱面料直播间，主播身后的展示架上，整齐陈列着十余款颜色与花型各异的香云纱面料。柔和自然的采光搭配专业补光，精准勾勒出香云纱独特的哑光质感与垂坠纹理，既避免强光造成的失真，也让屏幕前的观众得以直观感受其高端品质。主播身旁的操作台上还摆放着用香云纱制成的成衣，再加上主播本人所穿的香云纱服饰，随手搭配间，便能让人联想到面料制成成品后的穿着效果。

而在澳邦科技的成衣直播间内，场景设计与国风服

装的适配度拉满。白色墙面奠定素雅基调，墙面“悦己”书法与葫芦挂饰点缀出含蓄的东方韵味，与新中式成衣的风格一脉相承。主播身着盘扣提花外套，身旁衣架挂满水墨、花鸟纹样的香云纱、宋锦成衣，主播与服饰、场景浑然一体，让观众沉浸式感知高端面料成衣的质感与美学，直观触达产品核心价值。

从面料到成衣，场景的延伸让产品价值层层递进。而对于窗帘这类强依赖空间展示的家软装品类来说，消费者隔着屏幕下单的，不仅是一块布，更是窗帘挂上墙后的整体氛围感。位于北联市场的“第一印象”自 2023 年正式布局窗帘直播电商赛道，为让窗帘在镜头前展现最佳效果，团队对直播间进行了专业化设计：天花板铺设四至五条专用滑轨，确保高度近两人的窗帘可完整垂落、自然舒展，正对镜头呈现出流畅细腻的垂坠质感。灯光选用暖光照明，营造温馨亲和、富有生活气息的整体氛围；背景采用浅色纯色墙面，风格简洁大方、明亮通透，既能突出窗帘本身的色彩与质感，又能有效提升观众视觉体验与直播间停留时长。

快节奏：从“长周期”到“快响应”

在直播电商的世界里，爆款瞬息万变，订单碎片化成为常态，传统的大批量、长周期生产模式，与前端“小单快反”的极致需求形成了尖锐矛盾。生产效率、订单追踪与柔性响应能力，任何一个环节的迟滞，都可能让直播间创造的销售奇迹，在后端供应链中流失。

面对市场节奏的急剧加快，“第一印象”主动打破传统研发节奏：原本新品半年一更新，如今紧跟直播电商的流量逻辑，果断将上新周期压缩至季度甚至月度，用更快的迭代速度精准响应市场风向，让直播间始终有新鲜款式承接流量、留住客户，在激烈竞争中牢牢掌握主动权。

在加快产品创新速度的同时，“第一印象”同步提升订单响应效率。企业不仅将常规发货周期缩短至 5 到 7 天，还组建了专业的上门安装团队，实现从测量到安装的一站式服务闭环。产品快速迭代与交付效率同步提升，有效推动直播间转化率持续稳定。目前直播间日均订单量稳定在一百多单，每一笔订单都能高效处理及时送达，真正实现从直播间热销到用户安心收货的全流程高效运转。

走进澳邦科技的直播间，主播高频回应观众关于面料价格的咨询，已成为日常常态。总经理魏民介绍，当前直播间的客户以零售散客为主，不少消费者仅需一两米面料，用于制作单件上衣或连衣裙。这类零散小额的订单，对发货效率和供应链响应能力提出了更高要求。

为高效应对碎片化订单，澳邦科技提前储备充足现货，保障小额订单也能快速发出。同时，针对香云纱面料产线不稳定的行业痛点，企业持续优化生产工艺，有效提升面料的结实度、牢固度与光泽感，让生产过程更加稳定可控，为碎片化订单的及时交付提供了坚实支撑。

柯桥企业的实践表明，直播电商早已不是简单的“流量游戏”，而是一场从内容到产品、从供应链到服务的系统性能力比拼。对于柯桥这座纺织之都而言，当越来越多的企业开始用信任连接用户、用场景呈现价值、用效率支撑转化，数字化的红利才能真正从“流量”沉淀为“留量”，从短期的爆款转化为长久的竞争力。



经纬新谈

少则精，稳则远——
翊鹏纺织的“慢增长”之道

■ 本刊记者_王耀祖 文/摄

“扩产能、增客户、拓市场”一直是企业追求规模扩张的惯例做法。但不切实际的跑马圈地，却会为企业埋下风险隐患——资源被摊薄、管理被稀释、核心优势被消解，最终在市场的波动中失去方向。而绍兴翊鹏纺织品有限公司却走出了一条截然不同的路。

在翊鹏纺织“缓增长”不等于没增长，而是一种“宁可慢一点，也要稳一点”的战略定力。作为一家以针织类面料为主营产品的企业，翊鹏纺织深知这一品类的特性——工艺复杂、更新迭代快、对供应链响应速度要求极高。与其在规模上盲目扩张，不如在专业上持续深耕。

全链条配套优势：拿下海外商超入场券

从深耕内销起步，翊鹏纺织依托柯桥纺织产业集群优势，逐步向外贸领域延伸，形成内外贸双轮驱动的发展格局。面对市场波动，企业敏锐转型，以商超模式破局——通过将优质纺织产品直供海外大型商超渠道，精准触达终端消费群体。在这一过程中，翊鹏纺织凭什么能在商超赛道突围而出？

想要在海外商超赛道站稳脚跟，绝非易事。海外商超对产品性价比、交付时效、品质管控、资质合规都有着极为严苛的标准，而翊鹏纺织凭借其全链条配套优势成功突破层层壁垒，成为多家国际头部商超的核心供应商。相比于零散代工、渠道繁杂的传统外贸模式，海外商超渠道准入门槛高、审核标准严，对供应商的综合实力考验极大，而翊鹏纺织依托产业根基打磨核心竞争力，一步步拿下海外商超入场券，站稳海外终端市场。

“从原料采购、生产加工到物流运输的全链条配套优势，这才是我们稳步发展的底气所在。”翊鹏纺织总经理陈进解释道，“与绍兴致针纺有限公司这些上下游资源无缝对接，既能集中采购压缩原料成本，让产品定价更具市场竞争力，又能缩短生产与物流周期，保障订单高效交付。全程可控的产业链条，也让企业能更好把控生产节奏，完美适配海外商超小批量、多批次、快补货的合作需求，筑牢供货稳定性。”

与此同时，翊鹏纺织摒弃传统外贸粗放式生产思维，精准洞察海外家庭消费需求，针对性研发实用、百搭、适配商超场景的纺织产品，紧跟环保趋势推进绿色生产，拿下多项国际权威认证，贴合海外市场采购标准。翊鹏纺织深耕终端消费需求，聚焦家庭实用型纺织品研发，严控产品品质与环保性能，顺利通过各类国际资质审核与商超验厂标准，用贴合市场的产品、过硬的质量，打破海外市场准入壁垒，收获了长期稳定的海外合作订单。

从本土深耕到全球布局，从传统贸易到商超直供，翊鹏纺织以产



翊鹏纺织以品质立身，在国外与国内市场两条赛道上稳健前行。



陈进

业为根基、以创新为动力、以品质为核心，在转型路上步步扎实。如今企业业务覆盖欧美、澳洲等多个海外市场，凭借稳定的供货、优质的产品、专业的服务，实现内外贸一体化发展。

内销“练兵场”：少而精，练出服务硬功夫

在翊鹏纺织的业务结构中，90%以外销为主，10%以内销为主。这10%看似体量不大，却如同企业的“练兵场”，在复杂多变的市场环境中提供了宝贵的现金流缓冲与市场敏感度。正因其“少则精”，翊鹏纺织在内销市场的客户拓展上，一直秉承着深耕细作、以质取胜的独特路径。

“对于客户的选择我们一直都是‘准’而非‘广’，内销这块体量本身不大，如果再去追求客户数量，很容易把有限的资源摊薄，最后谁都服务不好。我们更愿意把精力集中在那几个真正匹配的客户身上，把服务做深、做透。”陈进说。

在他看来，“准”字背后是一套务实的筛选逻辑。与其漫无目的地参加各种对接会、广撒网式地派发名片，不如把有限的精力投入到那些真正有潜力的对接会中。翊鹏纺织在选择对接会时，从不贪多求全。陈进的做法是，先看主题是否聚焦细分领域，再看对接会是否有背书，最后看对接客户画像。

据了解，翊鹏纺织先后参加过“丝路柯桥·布满全球”丹东、青岛、南昌站等主要纺织产业集群的产业对接会。在采访过程中，陈进特别提到了南昌对接会上的收获：“当时一家品牌看中了我的针织面料，从现场沟通到样品确认，对方就下了40吨的订单。这笔订单不算大，但证明了一件事——只要选对场合、找准客户，小体量也能做出实打实的成绩。”一场精准对接会，换来订单，更换来长期合作的伙伴，这正是陈进所看重的“以质取胜”。

在陈进看来，“以质取胜”最终是为了信任与黏性。他解释道：“选择‘准’而非‘广’，是为了把精力集中在真正匹配的客户身上，陪他们从小单做起，帮他们降低试错成本。信任建立了，黏性自然就有了。”

展望未来，陈进表示将继续深耕内外贸双轮驱动，依托全链条配套优势，以品质立身，在国外与国内市场两条赛道上稳健前行。

Focus / 聚焦

柯桥 5 家纺企入选省级示范项目

近日，浙江省经济和信息化厅正式公示了2026年度生产制造方式转型（工业领域设备更新）示范项目计划名单。在这场全省制造业的“大比武”中，柯桥区表现抢眼，绍兴国周新材料有限公司、浙江乐高实业股份有限公司、绍兴柯桥新都印染有限公司、浙江波赛冬新材料有限公司、浙江商隆印染有限公司5家纺企凭借前瞻性的技改项目脱颖而出，成功跻身省级示范行列。

据了解，根据浙江省经信厅、省财政厅联合发布的《关于组织实施2026年度生产制造方式转型（工业领域设备更新）示范项目计划的通知》要求，相关部门在各地自主申报、初审的基础上，组织了专家评审，最终择优确定了这批示范项目。柯桥5家纺企入选既是对企业技术路线和发展方向的权威认可，也是对柯桥区积极推动纺织产业集群向高端化、智能化转型的肯定。

其中，浙江波赛冬新材料有限公司成立以来便深耕“高端户外抓绒面料”这一细分赛道，其产品已通过OEKO-TEX Standard 100、GRS全球回收标准等一系列国际认证。此次“年产高端户外运动功能性织物3500万平米项目”正是为进一步扩大高端抓绒面料产能而设立。2026年波赛冬新材料预计引进一期6条抓绒产线并实现全部投产，届时将显著提升公司在功能性面料领域的生产规模与市场竞争力，为高端户外品牌提供更加稳定、优质的供应链保障。

近年来，柯桥区以设备更新为抓手，持续推动纺织产业向高端化、智能化、绿色化方向迈进。此次5家纺企入选省级示范项目名单，不仅彰显了企业自身在技术升级与创新上的主动作为，更折射出柯桥纺织产业集群加快培育新质生产力、推动全产业链转型升级的整体态势。（王耀祖）

柯桥区首家“四题一评”专家工作室
落户诚邦高新纤维科技公司

近日，柯桥区首家“四题一评”专家工作室正式落户浙江诚邦高新纤维科技有限公司。浙江省现代纺织技术创新中心、中纺院江南分院两大科创平台分别与诚邦高新研究院签署合作协议。今后，该专家工作室将以企业实际需求为导向，联动高校院所、科创平台的优质专家资源，开展常态化、机制化服务。

“四题一评”是柯桥区携手浙江理工大学，联合高校、科研院所及链主企业共建浙江省现代纺织技术创新中心过程中，在“科技创新与产业创新深度融合改革”重大改革领域形成的一项突破性实践。其核心创新在于构建了“企业出题、政府助题、平台答题、车间验题、市场评价”的闭环机制，系统破解了长期以来困扰纺织产业的产学研衔接不紧、成果转化不畅等关键堵点。

这一模式的落地见效，为区域产业创新注入了强劲动能。统计显示，2025年，柯桥区规上大纺织企业研发费用占营业收入比重达5.3%。在该机制的牵引下，全区11家共建科创平台与区内200余家企业开展深度合作，累计攻克技术难题130项，技术合同成交额近1.5亿元，带动产值超300亿元。

此次全区首家“四题一评”专家工作室的设立，标志着柯桥区在深化“四题一评”科技创新模式、推动纺织产业“产学研用”深度融合上迈出了重要一步。下一步，柯桥将持续深化“四题一评”改革实践，加快推动科技创新与产业创新深度融合，全力打造产学研用协同创新的区域典范，助推柯桥纺织产业朝着“世界级产业基地、世界级大市场、世界级科创平台”的目标稳步迈进。（边吉浩）



中国轻纺城与杭派服饰产业园精准对接。

“麻类面料专区”“时尚女装面料
第一站”走进杭派服饰产业园

■ 本刊记者_唐小狄 文/摄

3月25日，“麻类面料专区”“时尚女装面料第一站”走进杭派服饰产业园专场对接会成功举行。本次活动旨在搭建中国轻纺城与杭派服饰产业园之间的精准对接桥梁，推广专区资源与优势，促进两地纺织服装产业协同发展。

活动邀请了铭杨纺织、弘宣瑶纺织、豆号纺织、KD面料馆等30家市场优质面料供应商，携棉麻、亚麻、天丝、功能性面料、防寒服面料等产品，与杭派服饰产业园内的60余家服装生产企业、采购商进行了一对一精准洽谈。其中，骏腾纺织的时尚女装专属面料、KD面料馆的麻类与国风融汇面料、华之瑞纺织的小香风面料及功能性户外面料，凭借独特优势赢得了采购商的一致好评。

值得一提的是，本次对接会上，面料供应商不仅带来了面料展示，也同时带来了成衣展示。其中，豆号纺织更是实现了100%的面料成衣化，主推休闲通勤风格的成衣系列。总经理张攀表示，将面料以成衣形式呈现，不仅能更直观地展现面料特性，也有助于缩短客户的开发周期，同时激发设计灵感。另一家深耕防寒服领域的盛世天宇，则带来了羽绒服、风衣、夹克、户外休闲等面料，也同样通过近20件样衣展示，让客户直观感受面料的具体使用场景。面料成衣化的集中呈现，充分体现了柯桥纺织企业从“卖面料”向“卖解决方案”转型的开发优势，也彰显了柯桥纺织产业在设计、打样、应用等环节的综合服务能力，为精准对接注入了更强的双向赋能动力。

近年来，中国轻纺城集团持续带领企业“走出去”，不断深化与下游服装产业集群的对接合作。本次精准对接会，以“小而精、小而优”的差异化对接模式，精准触达供需双方的核心诉求，实现了产业资源的高效匹配。未来，集团将进一步推动纺织面料企业与终端服装产业的深度链接，以精准对接赋能产业发展，助力纺织服装行业迈向高质量发展新征程。TA



当桐昆·中国纤维流行趋势2026/2027发布圆满落幕，一批兼具科技力、环保力与适配性的新品纤材惊艳亮相，成为品牌突围的核心底气。为深挖优质纤材的核心价值，解码新锐纤维从“趋势入围”到“市场出圈”的完整链路，《纺织服装周刊》特开设“新纤维破圈”栏目，精选桐昆·中国纤维流行趋势2026/2027发布的代表性纤维，以深度视角追踪研发初心、拆解技术亮点、复盘落地路径，探寻纤材创新如何赋能终端。

抑菌易去污 + 植物基！伊品生物这款尼龙带来易打理纤维新体验

■ 孟晓 / 文

桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 发布会上，伊品生物抑菌易去污双组分复合聚酰胺 56 纤维成功入选，凭借植物基基因、抑菌易去污、棉麻质感、吸湿速干、汗无痕等核心优势，成为生物基纤维赛道的破圈之纤。在 2026yarnexpo 春夏纱线展上，伊品生物展位人头攒动，这款兼具环保力、科技力与适配性的植物基尼龙，成为现场备受关注的绿色焦点，用实力印证植物基材料从趋势入围到市场落地的完整破圈路径。

近年来，伊品生物以植物基尼龙为核心，完成从材料研发到场景方案、从实验室技术到商业化量产的双重跨越，推动植物基纤维从“概念热门”走向“产业主流”，为纺织行业绿色转型提供可复制的创新样本。

破解天然与合成纤维取舍难题

现代生活节奏加快，人们既希望面料亲肤舒适，又追求穿得省心、洗得方便。伊品生物精准捕捉这一市场趋势，聚焦消费痛点，创新研发出抑菌易去污聚酰胺 56 纤维，以植物基科技赋能面料，为快节奏生活提供更健康、更易打理的穿着解决方案。

伊品新材料事业部总经理郑文昌介绍，此次入选桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 的抑菌易去污聚酰胺 56 纤维以抑菌、易去污、吸湿快干、汗无痕为核心优势，通过纤维分子结构优化，实现天然抑菌，无需额外化学整理；表面改性处理赋予易去污特性，洗涤更轻松；4.5%—5.0% 适中回潮率，介于棉与传统尼龙之间，具有棉麻质感，亲肤不贴身、干爽无静电，完美适配运动户外、内衣、家居服等高频穿着场景，解决传统棉麻易皱、缩水、难打理的痛点。

此外，伊品生物还针对传统弹性面料依赖氨纶、易染色露白、耐氯性差、洗后变形等问题，研发出了高保形伊纶弹性丝。该产品采用并列复合纺丝工艺，无需添加氨纶即可实现高弹回复，抓握后快速复原，挺括垂坠不软塌。同时依托 PA56 分子结构优势，兼具柔软环保、亲肤透气、染色性优良，成为商务通勤、高端时装、瑜伽健身等场景的优选材料，精准切入千亿级弹性面料市场。

两款核心产品均实现差异化功能性创新纤维特性、兼顾舒适、美观、耐用与环保四重满足，让植物基尼龙从“替代材料”升级为“优选材料”。

从单一材料到全场景方案，实现技术与市场双向突破

对于此次入选桐昆·中国纤维流行趋势 2026/2027 发布，郑文昌表示，这得益于公司近年来对产品研发的战略定位的升级。

第一，从单一材料输出向全场景解决方案升级。公司不再仅展示纤维本身，而是围绕运动户外、商务通勤、居家内衣、高端时装等核心场景，打造定制化产品组合，精准匹配不同领域的个性化需求。

第二，从实验室技术向商业化落地跨越。去年展会的概念样卡，今年已转化为与比音勒芬、UTO 等头部品牌合作的成衣产品。从实验室到生产线，从样品到成衣，伊品生物攻克生物基聚合、纺丝、改性等多项技术难关，

在黑龙江大庆建成万吨级生产基地，实现植物基尼龙稳定量产，彻底打破“生物基材料好看不好用”的行业偏见。

此次入选流行趋势的抑菌易去污双组分复合聚酰胺 56 纤维，正是伊品生物技术落地的核心成果。该纤维以植物基戊二胺替代石油基原料，通过切片改性、特殊热收缩与并列复合纺丝工艺，实现环保与性能双优，成为行业内兼具技术壁垒与市场潜力的标杆产品。

植物基赋能，以产业协同共创绿色价值

相较于传统石油基尼龙，伊纶® 植物基尼龙的核心竞争力在于全生命周期绿色低碳 + 性能全面超越，真正做到环保不妥协、性能更出众。

低碳节能：低温染色可控制在 98℃ 以下，较传统尼龙降低生产碳排放；以可再生植物原料替代石油基资源，全产业链碳足迹显著降低，获得 USDA 生物基认证，契合全球双碳目标。

亲肤舒适：天然凉感、低静电、适中回潮率，夏季穿着清爽不黏身，亲肤性优于传统尼龙；高强度耐磨，满足户外面料严苛使用要求，兼顾日常与专业场景。

易染高效：染色温度低、上染率高，色牢度优异，面料色泽自然柔和，降低印染环节污染与成本。

在产业协同方面，伊品生物构建从产品定义到协同研发的深度合作模式，与运动户外、高端时尚、婴童等领域头部品牌共创。与 UTO 合作滑雪速干衣、与比音勒芬 XPlaytop 联名高尔夫国家队系列、与 allblu 幼岚开发婴童衣物，均从源头参与设计，共同调试参数、验证性能，让绿色材料快速转化为消费者认可的终端产品。

郑文昌强调，植物基尼龙不是小众环保概念，而是能真正提升产品竞争力、满足消费升级需求的主流材料。

从卖纤维到绿色方案商，引领植物基纤维规模化发展

站在行业新风口，伊品生物明确 2026 年发展战略：聚焦纺织主赛道、发力海外市场、拓展高端领域，推进“认证先行、技术赋能、场景共创”，从“纤维供应商”全面升级为“绿色方案解决商”。

依托三大生产基地协同优势与万吨级产能，伊品生物将持续优化植物基尼龙性能，拓展功能边界，开发更多适配高端时装、汽车内饰、产业用纺织品等领域的新品；同时加快国际认证与市场推广，让中国植物基尼龙走向全球。

从技术攻关到市场破圈，从材料创新到场景共创，伊品生物以抑菌易去污双组分复合聚酰胺 56 纤维为标杆，证明植物基纤维既能坚守绿色初心，又能满足市场对性能、质感、功能的多元需求。未来，伊品生物将携手更多产业链伙伴，以生物科技激活纤维新质生产力，让植物基尼龙成为纺织行业绿色转型的核心支撑，推动中国纤维从“跟跑”到“领跑”，书写生物基材料产业新篇章。TA

链新聚势！第 57 届广州家博会 点亮家居产业新征程

■ 本刊记者_夏小云

3 月 18 日，第 57 届中国国家博览会（广州）以 85 万平方米、超 5100 家参展商的强大阵容，迎接全球客商。本届展会以“链新”为主题，以“三链三新”重构展会价值，参展品牌数创历史新高，更在赛道布局、设计赋能、资源链接等方面全面升级，切实推动家居产业从传统展示平台向行业赋能平台战略转型。

现场人流如织，超高人气彰显了展会在复杂国际形势下，积极发挥平台势能，为全球家居产业的发展与革新注入正能量。

赛道焕新，六大题材解锁产业新机遇

本届民用家具展展览规模 43 万平方米，以六大题材为支点深度链接全球设计、产业与消费趋势。

当代设计展 60+ 商业设计品牌、20+ 设计师品牌、60 家海外设计品牌及工作室的先锋原创作品在此精心呈现。

走进软体家居展区，仿佛踏入一个个沉浸式的美学现场，沙发的设计灵感被定格在每处光影与质感中。

面对万亿级健康睡眠蓝海与行业同质化内卷，朗乐福品牌通过技术、体验、场景三维赋能实现差异化突围。该公司营销负责人许培华谈到，本次展会朗乐福重磅推出 2026 年 0 胶水手工床垫系列，以“0 胶安全 + 手工定制 + 天然选材”为核心优势，搭配行业领先的 180 天试睡服务；家纺甄选埃及长绒棉为原料，经德国精工纺织制成高端面料后原装进口，国内仅完成裁剪缝制，恪守德系工艺标准，打造德系美学整卧睡眠空间解决方案，精准切中高端消费升级与环保转型需求，为品牌抢占高端赛道筑牢根基。

大自然床垫携全场景生态睡眠产品矩阵重磅亮相。作为深耕行业 30 余年的高新技术企业，大自然累计拥有超 300 项自主专利，主导起草多项国家及行业标准，持续以科技创新赋能健康睡眠。该公司东三省区域经理曹秀平在展会现场谈到，大自然家纺系列秉承“天然、亲肤、可持续”理念，精选长绒棉、亚麻等优质天然面料，以精湛织造工艺赋予产品柔软触感与卓越耐用性，进一步完善了从床垫到贴身家纺的生态睡眠闭环。目前，大自然已形成全龄段、全场景产品体系，持续为全球家庭提供源自自然的深睡解决方案。

国际馆 3 万平方米的空间宛如一个微缩的世界舞台，汇集全球设计与制造力量，打造“逛一展买全球”的一站式采购平台。

餐厅家具展区横跨两大展馆，12 万平方米的展场汇集了来自全国 150 个区县的超 800 家制造企业，完整呈现了中国餐厅家具从产区到展区的庞大产业链生态。

饰品家纺展区以 6 万平方米的规模持续深化其作为全球软装一站式采购与全案供应平台的核心定位，聚焦文化表达、绿色可持续与工艺传承等议题，与参展品牌共探消费变革下的新方向。



展会现场。

其中家纺题材展览规模约 1.5 万平方米，超 200 家的家纺面料、皮革企业集中展示，主要品牌有 OTE、众望、伊丝顿、玛雅布业、纳布、伊诺、居莱、恒立、名锦、金佰利、恒业时代、Davis、Fargotex、安利皮革、致远皮革、昶丰皮革等，还有嘉兴、海宁、临平三个产业基地的集中展示。

这里不仅是产品的陈列，更是产业链实力的全景呈现。这里不仅集中展示着从文化时尚到绿色可持续的行业趋势，更成为品牌主理人们诠释设计、对接合作的活跃舞台。伊诺纺织携全新软装面料系列亮相。作为集设计、生产与成品制作于一体的专业制造商，品牌始终以极简主义为核心，深耕棉麻、羊毛、粘胶等多元材质，通过细腻工艺打造富有层次的视觉与触觉体验，为空间注入独特艺术质感。“我们这次来，正是为了更直接地触达欧美市场。”公司负责人表示。

而这庞大展陈的背后，是更具活力的商贸引擎。3 月 18—19 日，在 20.2H35 区域重磅发起了“织链全球·链新家纺”系列贸易促进活动，通过精准对接，将展示转化为商机。

户外家居展区依托超过 5 万平方米的开放空间，构建起覆盖户外家具、遮阳系统、辅件辅料、烧烤设备及露营装备等全品类的完整生态链。

四大专区首发，破圈跨界显实力

紧跟民生消费热点，本届展会首次在民用家具展设立四大创新专区，开辟家居产业新赛道，以跨界破圈之力为行业打开全新的机遇版图。

健康养老生活主题展（D 区 18.2 馆），聚焦“跨界融合”，规模近 8000 平方米。汇聚世道、MPE、光星、傲利等近 60 家核心企业，并联合抖音商城、建设银行、广发银行等跨界力量，全面整合适老化家居、智慧养老、辅助器具、康复护理及老年服务，构建功能互补的产业闭环，展示智慧养老全链条解决方案。

“伴宠生活家”宠物家居特展（D 区 19.2 馆），聚焦“人宠共生”，规模近 2000 平方米。携手天元、酥呼、腾翼、腾焯等 40 家企业，共同展示人宠家具、智能产品、时尚用品及宠物配件等全产业链，引领情感消费新潮流。“伴宠生活家”特展现场，《2026 中国宠物家居行业发展趋势白皮书》正式发布。

艾瑞咨询研究负责人姚雅麟在报告中指出，当宠物成为家人，养宠消费正从“为宠物添置”转向“为共同生活投资”，行业从功能用品全面升级为融合空间、情感与美学的生活方案。在空间集约与情感消费双驱动下，行业呈现三大核心趋势：空间效率优先，模块化、隐形化设计破解小户型痛点；多巴胺情感设计，颜值与社交属性成爆款关键；人宠共居美学一体化，推动产品深度融入家居风格。传统家居以空间整合破局，垂直品牌深耕专业场景，科技品牌发力智能互联，家纺品牌则凭借易拆洗、抗菌防抓、风格统一等材质优势，推动宠物窝垫向舒适化、家居化、快时尚化升级，共同构建人与宠物和谐共生的未来家居生态。

按摩椅 / 功能沙发专区（A 区 5.2 馆），聚焦“科技舒压”，规模近 4000 平方米。艾力斯特、奥迪华、盟迪奥、顾全、瑞多等品牌携最新科技新品亮相，为用户打造从身体到心灵的深度放松空间，解锁疗愈生活新体验。

新零售专区（A 区），聚焦“消费场景”，规模近 4000 平方米。源氏木语、林氏家居、赖氏家具、原始原素、出乎、木陌、世见等新零售品牌首次集结，共同探索如何更好满足年轻人的生活方式，定义年轻家居新主场。

汇聚行业力量、引领产业趋势，本届展会为家居行业的创新发展与全球链接注入全新活力，彰显出中国家居产业的强劲势能与无限未来。TA

波司登高德康： 以创新与坚守打造领军品牌

■ 陈墨 / 文



高德康

2026年是“十五五”开局之年。纺织服装行业也站在了数字化、绿色化、品牌化升级的新起点。2026年政府工作报告提出“优化提升传统产业”“推动科技创新和产业创新深度融合”“大力发展绿色低碳经济”等，为传统产业转型升级指明了方向。

全国工商联纺织服装业商会理事长、波司登集团董事长兼总裁高德康在接受采访时表示，“波司登紧跟国家发展战略，

以技术创新为内核、以产业协同为抓手、以全球视野为格局，深耕羽绒服核心主业，夯实品牌核心竞争力，实现企业自身的高质量发展，以行业担当带动纺织服装产业现代化体系建设。”

赋能全链路 数智创新强化企业韧性

在数字经济与实体经济深度融合的浪潮下，纺织服装行业的数智化转型已从“选择题”变为“必答题”。

2025年六部门联合印发的《纺织工业数字化转型实施方案》，进一步明确了行业发展方向。2026年政府工作报告提出“打造智能经济新形态”，更是为人工智能与传统产业的融合按下“加速键”。

作为行业内开展AI大模型建设和应用的先行者，波司登早在2021年便开始布局人工智能创新应用实验室。“这几年，我们将‘智改数转网联’确立为核心战略和‘一把手工程’，加速推进AI等新一代数字技术在‘研产供销服’全链路的应用。”高德康介绍。

在研发设计环节，波司登搭建的垂直领域AI大模型“BSD.AI美学大脑”，实现了从设计构思到虚拟成衣交付的数字化闭环，让头样开发时间从100天大幅缩短至27天，样衣开发成本降低60%以上，极大提升了设计效率与创新能力；生产制造环节，企业自主研发的服装行业工业互联网GiMS平台，打通了上下游合作伙伴的信息壁垒，构建起敏捷高效的柔性快反供应链，产品生产交付周期压缩至7至10天。而在零售服务端，AI导购助手也能为消费者提供个性化商品推荐与穿搭建议，AI试穿、数字人直播等新场景的探索，更是让消费者体验实现了全方位升级。

“传统创新打基础，数智创新赢未来。”高德康表示，2026年波司登将继续加大数智化研发投入，持续深化AI技术在企业经营管理各环节的应用，同时发挥链主企业的“雁阵效应”，分享数字化实践经验与技术工具，带动上下游中小企业共同实现数智化转型。

持续推动 ESG 建设走深走实

今年政府工作报告提出“加快推动全面绿色转型”，绿色发展已成为纺织服装行业的共识与核心竞争力。

从2000年设立“波司登保护母亲河千万元奖励基金”，到2001年通过ISO14001环境管理体系认证，再到2017年发布首份ESG报告，波司登始终将可持续发展理念融入企业发展脉络，如今更是

构建起“1+3+X”的ESG战略框架，提出“2038年前实现运营环节净零排放”的目标，将ESG理念全面融入企业战略与发展实践，并首次入选标普《全球可持续发展年鉴》。

2026年，波司登将持续推动ESG建设走深走实，从四个维度打造低碳、循环、负责任的产业生态。一是推进绿色生产，推广清洁能源、优化工艺，降低能耗与碳排放；二是打造绿色供应链，联动上下游构建绿色采购体系，推广环保面料、减少塑料包装；三是研发绿色产品，推出更多低碳可持续的羽绒服，引导绿色消费；四是践行绿色社会责任，加大碳中和林等公益投入，开展环保宣传，带动全民参与绿色发展。

“波司登的可持续发展，不仅仅是报表上的数字，更是多年来持之以恒做下来的实事。”高德康强调，波司登将以实际行动诠释责任担当，让时尚与环保同行、发展与责任共生，为行业绿色转型树立标杆。

聚焦品牌引领 多维发力走向全球

当前，个性化、多元化、品质化成为新的服装消费趋势。同时，在文化自信不断提升的背景下，国潮品牌迎来全球化发展的新机遇。波司登顺势而为，以“双聚焦”战略为核心，通过品牌矩阵优化、产品创新升级、全球化布局拓展，持续提升品牌竞争力。

今年1月，波司登高级产品线AREAL入驻巴黎老佛爷百货，迈出了波司登品牌国际化探索的重要一步。“巴黎老佛爷百货是欧洲时尚文化的策源地，更是全球高端时尚品牌的重要展示平台，入驻这里让我们能够直接与全球顶尖品牌同台竞技，吸收国际前沿的时尚养分，也为品牌的全球化奠定基础。”高德康介绍。

将时间线拉长来看，波司登的全球化布局规划十分清晰：不仅六次登陆四大国际时装周，探索传统文化与国潮风尚、现代时尚融合发展的无限可能；还与国际顶尖设计师推出联名系列，不断刷新全球羽绒服设计美学。

无论是提升品牌竞争力，还是提升中国自主服装品牌的全球影响力和中国时尚的国际话语权，波司登在国际化、全球化的道路上始终在稳步前进。

“未来，波司登将在稳固国内市场的基础上，稳步推进全球化布局，整合全球高势能资源，讲好中国品牌故事，让世界通过品牌看见中国的温度与力量。”高德康表示。TA



新乡白鹭： 凝聚全球产业力量 共绘纺织深绿蓝图

■ 李竞 / 文



新乡化纤发布的绿色创新纤维产品，彰显了行业龙头企业的技术实力与绿色担当。

三月申城，春潮涌动浦江岸，绿意盎然展新篇。由新乡化纤股份有限公司主办的“纤启新程 深绿共赢——新乡白鹭创新产品应用发布会暨高质量发展论坛”在国家会展中心8.2号馆举行。来自纺织产业链上下游的合作伙伴、行业专家、媒体代表齐聚一堂，共同见证新乡白鹭在绿色纤维领域的创新成果，探讨纺织产业高质量发展的未来路径。

中国化学纤维工业协会会长陈新伟，中国纺联行业发展部部长赵志鹏，新乡化纤总经理季玉栋、总工程师刘赤乾及来自产业链上下游的合作伙伴百余人出席本次论坛。

以“质”致远 筑牢高质量发展根基

新乡化纤六十余载深耕功能性纤维赛道，始终以创新为源、绿色为纲，连续四年斩获Canopy Style审计“完整深绿色衬衫”最高评级，以硬核实力引领行业绿色发展。季玉栋在致辞中表示，2025年是新乡化纤高质量发展的关键之年，白鹭的再生纤维素长丝、氨纶两大核心产品产销双增，菌草纤维、首赛尔纤维、瑞赛尔纤维等创新成果相继落地，交出了一份亮眼的“绿色答卷”。

2026年是“十五五”规划的开局之年，也是新乡化纤深化绿色创新、推动高质量发展的关键之年。站在新起点，白鹭将继续以绿色创新为核心引擎，持续加大研发投入，深耕功能性纤维领域，不断优化产品品质、丰富产品体系，打造具有核心竞争力的硬核产品；同时以此次论坛为契机，凝聚全球产业力量，进一步深化产业链协同，共同推动绿色纤维的产业化、规模化应用，让深绿发展成为纺织产业高质量发展的鲜明底色。“唯有创新，方能制胜未来；唯有绿色，才能行稳致远。”季玉栋如是说。

产业协同 构建绿色共赢生态

论坛上，下游企业代表分别分享菌草纤维在袜业、内衣领域的创新落地，以实际应用验证产品优异性能，充分展现上下游协同创新成果。

浙江起点纺织有限公司总经理刘辉明以“自带‘健康码’定义新未来”为主题，分享了从原料验证到终端产品的全流程实践，全面展现了菌草纤维在物理性能、染色稳定性、场景化应用中的突出优势，赢得现场嘉宾一致认可。

广东天情织绣有限公司总经理马楚雄围绕“从草到衣，全链协同创新——菌草纤维×量子织造×维壹无感健康内衣新概念”作主题演讲。他高度肯定新乡化纤、广东天情织绣、广东维壹无感三方协同打造的从菌草纤维原料到终端产品的完整创新链条，通过资源共享、优势互

补，为行业开辟了绿色健康内衣新赛道。

此外，美国Circ CEO Peter Majeranowski以及Circ中国区商务总监沈洋作“废旧纺织品的循环革命”主题演讲。Circ公司拥有全球领先的专利技术，可将任意比例、任意颜色的棉/涤混纺织物高效分离，分别转化为高品质溶解浆（用于生产纤维素纤维）和聚酯原料，真正实现“废纺变新衣”的闭环循环。其创新工艺不仅大幅降低原料成本，更减少对原生树木和石油资源的依赖，与全球减碳趋势高度契合。目前，Circ目前在法国Saint-Avold筹备建设年产7万吨的商业化装置，获得法国政府和欧盟支持，技术成熟度与规模化能力得到国际认可。

Peter表示，新乡化纤在瑞赛尔纤维领域的突破性进展与Circ技术高度互补，双方携手将打通从废旧纺织品回收收到高品质再生纤维生产的完整产业链，为全球纺织行业提供可复制、可推广的循环经济范本。

随后，在与会嘉宾的共同见证下，季玉栋与Peter正式签署再生浆战略合作协议。双方将围绕循环木浆原料开发、废旧纺织品回收再利用、绿色纤维产业化应用等领域展开全方位合作，共同推动“废纺变新衣”从愿景走向现实，为全球纺织产业低碳转型注入新动能。

聚力共赢 打造百年白鹭

本次论坛集中展示了新乡化纤绿色创新成果，搭建起产业协同、合作共赢的高效交流平台。与会嘉宾认为，新乡化纤发布的绿色创新纤维产品，彰显了行业龙头企业的技术实力与绿色担当，为纺织产业高质量发展提供了新思路、新方案。

国际环保组织CANOPY再生纤维素纤维生产商团队以及CanopyStyle倡议的战略负责人Maryann Ramirez通过视频致辞祝贺，高度肯定白鹭在投资面料与时尚未来、守护森林生态系统方面展现出的卓越领导力。她表示，CANOPY始终密切关注新乡化纤在可持续创新领域的发展动态。新乡化纤推出的新一代创新性菌草纤维终端产品，与CANOPY愿景高度契合：双方将在保护全球原始濒危森林的基础上，合力推动产业链向新一代替代性纤维加速转型。

季玉栋在接受媒体采访时表示，本次论坛，新乡化纤联合上下游核心合作伙伴，展示了从菌草纤维袜子到菌草锦氨量子织造贴身产品等终端产品的创新研发。下一步，新乡化纤将扩大菌草纤维供给，发挥菌草纤维优势，大力开发童装和医用材料领域。同时，利用再生木浆原材料的稳定供给，加大废旧纺织品再生循环研发。新乡化纤将始终以引领行业高质量发展为己任，坚守绿色创新初心，深耕纤维技术研发，向着百年白鹭的目标稳步迈进。TA





鄂尔多斯集团将推动更多科研成果转化为生态保护与牧民增收的现实动力。

鄂尔多斯集团 “绒山羊促绒技术推广”正式启动

■ 本刊记者_郭春花

近日，由内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司和中国农业大学主办，鄂托克旗农牧局、鄂托克旗农牧技术推广中心、阿尔巴斯苏木人民政府协办的“惠牧兴业，共‘绒’致远”——绒山羊促绒技术推广启动会在鄂尔多斯集团源牧场举行。活动现场对“幼龄绒山羊次级毛囊调控技术”进行了系统宣讲，并与牧户签约，首批签约牧户达200户。

此次启动会标志着鄂尔多斯集团和中国农业大学历时三年联合攻关的核心技术正式从实验室走向草场，进入规模化推广阶段，在推动草原生态保护与牧民增收致富的协同发展上迈出关键一步。

科技赋能：以源头创新驱动产业绿色转型

作为羊绒行业可持续发展的推动者，鄂尔多斯集团始终坚持以科技创新带动供应链源头绿色转型，将提升牧民福祉作为产业高质量发展的核心内涵。此次推广的“幼龄绒山羊次级毛囊调控技术”，通过科学的营养调控促进羔羊次级毛囊发育，经过源牧场两年的验证性研究和中试，结果显示：羊绒细度平均下降0.5至1微米，产绒量提升10%。这意味着，牧民可以养更少的羊、产出更好的绒。

配合鄂托克旗政府和鄂尔多斯集团推行的优质优价羊绒收购政策，该技术的规模化应用将真正实现“生态优先、绿色发展”与“牧民增收、产业增效”的双赢。

惠牧兴业：首批覆盖200户牧民，技术成果直通圈舍

本次技术推广将由鄂尔多斯集团、中国农业大学、鄂托克旗农牧局、鄂托克旗农牧技术推广中心、阿尔巴斯苏木人民政府协同推进落地，覆盖羔羊2万只左右。推广工作将分阶段推进：今年3月启动第一次技术干预，8月召开现场观摩推介会，次年4月进行现场验收鉴定，并按照集团优质优价羊绒奖补政策召开全体牧户奖补会议。

该技术的应用将降低羊绒细度并提升单只羊的羊绒产量，预计为牧民带来每只50元的直接增收。此外，2026至2027年，集团对参与推广牧户交售的羊绒给予每公斤5元额外补贴，让技术成果真正成

为牧民增收致富的“助推器”。

为保障技术最佳实施效果，由中国农业大学师生、鄂尔多斯集团技术中心及原料公司、鄂托克旗农牧推广中心组成的近30人技术团队，于启动会之后立即深入牧户家中逐一为羔羊进行操作，并在过程中手把手教会牧民掌握技术要领，真正实现“技术进圈舍、成果留牧户”。

校地企联动：共启产业高质量发展新篇章

在启动会上，内蒙古鄂尔多斯资源股份有限公司技术中心主任、绒纺事业部副总经理高丽忠表示：“要让牧民在守护草原的同时，能更多地享受科研带来的红利，能过上更好的日子。”

中国农业大学社会服务处校外合作办公室吴迪在讲话中提到：“教授工作站一直是学校开展社会服务的桥头堡，本次技术推广是校地企合作的生动实践。希望未来能将学校的科技、人才优势与地方特色产业深度融合，推动更多科研成果在鄂尔多斯转化应用，为农牧业高质量发展贡献农大智慧。”

鄂托克旗农牧局副局长郝贵斌代表旗政府做牧民动员讲话，同时对鄂尔多斯集团及中国农业大学的惠牧推广表示感谢。

活动中，国家绒毛羊产业技术体系饲料营养价值评价岗位专家、中国农业大学教授张微详细介绍了技术研发过程，并举例分析技术实施后每只羊的可能增收额度。

鄂尔多斯集团技术中心牧场科研研究员王一川就科研推广计划及实施过程进行了宣讲。在参会领导的共同见证下，鄂尔多斯集团源牧场“绒山羊促绒技术推广”正式启动。

作为集科研、示范、推广于一体的可持续发展示范牧场，鄂尔多斯集团源牧场自建设以来，围绕土壤、牧草、绒山羊和山羊绒开展系统基础研究，累计形成17项核心科研成果，产出论文、专利、软著41项，制定标准7项，并于2025年获得自治区科技进步二等奖。

未来，鄂尔多斯集团将继续以源牧场为平台，推动更多科研成果转化为生态保护与牧民增收的现实动力，守护阿尔巴斯绒山羊品种优势，让世界共享中国羊绒的温暖与美好。TA

浙江青士：颠覆传统竹纤维技术

近日，在2026中国国际纺织纱线（春夏）展览会上，浙江青士新材料科技有限公司举办了“厚植天然，智拓新境——青士竹原纤维产品发布会”，发布了竹原纤维创新产品及品牌标识，正式启动竹原纤维品牌化发展。

中国工程院院土程博闻，中国化学纤维工业协会会长陈新伟，中国棉纺织行业协会会长董奎勇，江西省抚州市宜黄县长陈小青，浙江青士董事长单泽钦、总经理王乐军等参会。

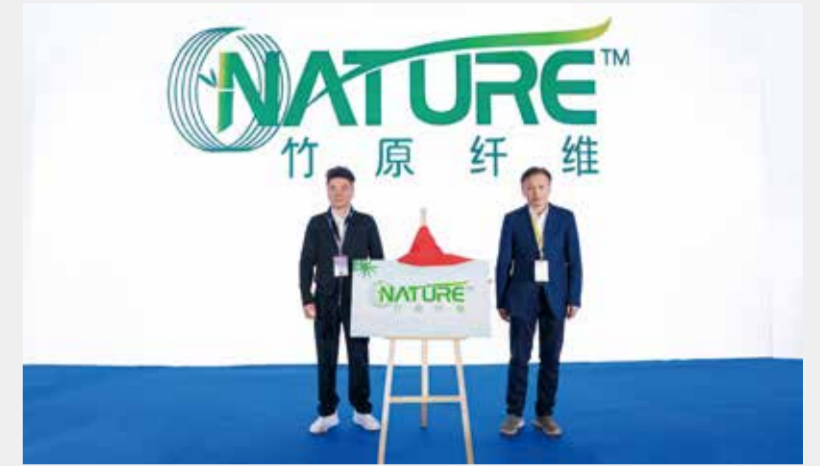
浙江青士专注于竹资源高值化转化。王乐军介绍，竹原纤维是一种源于天然生物基材料，兼具优异物理性能与生态优势。纤维不仅强度高、韧性佳，还具有抑菌、防紫外线等功能，且纤维制成品可完全进行生物降解，实现“从土地中来，回土地中去”的循环。

此外，浙江青士还聚焦竹原纤维高附加值纱线纺纱与面料织造，建成从竹原纤维到纱线面料的中试研制生产装置，形成了原料、生产、检测、销售的完整闭环，打造竹原纤维全产业链协同体系。

竹原纤维产业的高质量、规范化发展，离不开权威检测技术与行业标准体系的支撑与赋能。发布会现场，浙江青士新材料科技有限公司副总经理陈志良和中纺标（福建）检测有限公司总经理施点望代表双方进行战略合作签约。此次双方合作，聚焦竹原纤维物理性能、生态安全、功能性指标、成分精准鉴别等核心检测领域。

会上，还宣布浙江青士江西生产基地正式落地宜黄县，标志着其竹原纤维产业化、规模化发展迈出关键一步，为企业提升竹原纤维产能、完善全国产业布局筑牢基础，也为宜黄县竹资源高值化利用、绿色产业发展注入新动能。

陈小青介绍，近年来，宜黄县深耕竹木精深加工产业链，持续完善产业配套，为绿色新材料产业落地发展筑牢了基础。宜黄县委、县政府将全力保障该



浙江青士竹原纤维品牌揭牌。

生产基地建设与运营政企携手，将打造具有全国影响力的竹原纤维产业发展高地，实现生态、经济、社会效益的多赢。

杭州天晨新材料科技有限公司董事长、浙江青士创始人单伟明在采访中表示，传统竹纤维采用粘胶纤维工艺生产，竹原纤维与其有本质不同。浙江青士可谓“9年磨一剑”，攻克了系列技术难关，不断研发、改进，终于成功突破了竹原纤维物理法生产工艺。采用物理法生产工艺，使竹原纤维能最大程度保留竹子本身的抑菌等天然功能。同时，杭州天晨新材料具有纺纱、织造、染整等全产业链优势，这有利于竹原纤维的市场拓展和应用推广。“我们是国内首家真正实现物理法生产竹纤维的企业，在绿色发展浪潮下，我们对竹原纤维接下来的市场发展充满信心。”（苏密）TA

废纺分离难题有新突破！

德福伦生物酶解法 T2T 再生纤维联合发布会举办

近日，由上海德福伦新材料科技有限公司主办的“酶解重构循环·旧衣焕启新生——德福伦生物酶解法 T2T 再生纤维联合发布会”在国家会展中心（上海）举行。本次活动展示了生物酶解法 T2T 再生纤维技术突破与产品创新成果，标志着我国再生聚酯纤维从传统回收模式向高效循环利用的关键突破。

中国化学纤维工业协会副会长兼秘书长关晓瑞表示，作为国内差别化涤纶短纤维、再生纤维领域领军企业，德福伦构建了较为完善的研发与服务体系，持续为高端服饰、家纺、产业用纺织品等领域提供高品质、多元化纤维解决方案。此次推出的生物酶解法 T2T 再生纤维，实现了旧衣等纺织废弃物的资源化重构，打造了从“旧衣”到“新纤维”的闭环循环。这是对国家绿色发展战略的深度践行，也是对纺织产业链循环化升级的积极探索，为纺织行业循环发展注入了全新动力。

德福伦营销中心总经理王佳欢介绍，德福伦此次推出的生物酶解法，旨在解决再生聚酯行业纺织废料量大、回收利用率低，原料依赖塑料瓶、混纺面料回收难等难题。该技术通过生物酶精准降解 PET 废料，再生纤维性能媲美原生，还具备温和高效、绿色环保、原品质、循环无限等四大优势，破解 T2T 回收难题。同时，依托该技术打造春夏凉爽防护、秋冬温暖呵护等五大差异化产品系列，实现再生聚酯纤维高端化、多场景应用，以技术创新推动纺织行业绿色闭环发展。

会上，“生物酶解法再生涤纶产业联盟”四家企业分别从废纺再生、涤纶酶法解聚、再生涤纶应用及聚酯原料加工等不同维度，分享了各自的技术优势、业务布局与实践成果。张家港善和升环保科技有限公司营销总监李斌作“数字化+科技赋能废纺再生”的报告，南京塑新科技有限公司 CEO 向科伟作“消



会议现场。

费后废弃涤纶纺织物酶法解聚循环利用的工业化实践”的报告；江苏新芳科技集团股份有限公司销售总监王峰作“生物酶解法 T2T 再生涤纶在针织混纺纱线中的应用”的报告，张家港志泰新材料有限公司董事长冯碧荣介绍了志泰新材料的基本情况。

德福伦营销中心副总郝聃在采访中提到，公司以生物酶解法 T2T 再生涤纶技术为核心突破，破解了纺织废料回收中混纺分离难、原料单一的行业痛点。这款技术能在温和条件下降解复杂废纺，再生纤维性能媲美原生，还实现了全生命周期低碳减排。未来将持续深化协同创新，完善绿色闭环产业链，以技术创新推动纺织行业向低碳、可持续方向转型，助力国家“双碳”目标实现。（郭春花）TA

中科国生 FURIX™ 塑就下一代材料形态

在“双碳”目标引领纺织行业向绿色低碳转型的当下，生物基新材料成为破解行业环保与性能双重需求的重要突破口。近日，在 2026YarnExpo 中国国际纺织纱线（春夏）展览会期间，一场引领纺织材料创新与变革的盛会——“天赋自然力·质启新性能——FURIX™生物基高性能 PEF 纤维创新应用发布会”举行。

“今天发布的 FURIX™ PEF 纤维，不仅具备抑菌防螨、吸湿速干、抗皱保型等天赋性能，在染色性、抗紫外线等方面也表现优异。”中国毛纺织行业协会会长刘家强在致辞中指出，其呈现的优异性能，正是毛纺行业与化纤行业携手合作的可喜成果。未来，希望各方能共同注入创新基因，在新产品、新场景、新的纺织品赛道中持续探索。

天赋自然力解码高性能生物基纤维

该品牌既源于自然结构，更锚定材料的下一代形态，从植物糖到吠喃环的转化，再到材料本征性能的极致释放，每一步探索都是对材料本质的重新理解与深度挖掘。

张宇介绍，依托独特的分子结构，FURIX™品牌旗下的 PEF 纤维展现出远超传统纤维的天然高性能，无需添加任何化学助剂，便自带抗菌防螨、吸湿快干、抗皱保型以及高上染率等多重优势。

除了性能出众，FURIX™的应用场景也十分多元，可广泛适配柔性包装、树脂、碳酸软饮料硬质包装、纺织品和纤维等诸多领域。尤为值得关注的是，其中的 PEF 纤维还能在现有 PET 生产线上直接加工，具备极强的工艺兼容性，同时可与羊毛、棉、天丝、丝绸等天然纤维，以及各类化学纤维实现高效混纺，为材料应用与产业融合提供了更多可能。



中科国生正式发布 FURIX™生物基高性能 PEF 纤维。

深度联动共建绿色生态

为加速 PEF 纤维从技术研发阶段向大规模商业化应用的高效转化，推动其快速融入纺织产业链各环节，发布会上，中科国生分别与精度纺织、上海茉莉林、萧然科技，以及丹毛纺织、博恒新纤签署战略合作协议，构建起多方协同、优势互补的创新合作体系。

此次系列签约，不仅涵盖了从生物基单体到聚酯切片、从差异化长丝到短纤维改性的全链条研发攻关，更将合作延伸至高端精毛纺面料及针织面料的品牌化应用，为其规模化推广奠定了坚实基础。

在产业链深度交流环节，张宇作为主持人，联袂多位产业链伙伴，围绕生物基材料的商业化落地路径、行业发展机遇与挑战展开深入探讨，凝聚行业共识，共谋生物基材料的商业化未来。（张林） [TA](#)

江苏海科发布“云绒”系列 4 大创新填充纤维产品

近日，绒·界新生——海科多功能“云绒”填充纤维新品发布会在国家会展中心（上海）举办，江苏海科纤维有限公司重点发布了云绒系列 4 大创新产品。

产业链协同构建绿色低碳生态

中国化学纤维工业协会副会长兼秘书长关晓晴在致辞时表示，江苏海科作为业内“专精特新”企业，此次发布的多功能云绒填充纤维，紧扣行业循环发展趋势与市场高端化需求，既是企业自主创新的重要成果，也是产业链协同构建绿色低碳生态的生动实践。她希望江苏海科以此次新品发布为起点，持续深耕再生填充纤维的核心技术研发，不断丰富产品体系，推动云绒系列产品在更多场景落地应用。

专注再生填充涤纶短纤领域 20 年，江苏海科形成了拥有自主知识产权的生产技术与完善的产业链布局，目前，其年产能为 18 万吨。本次发布的云绒系列产品，在技术上实现了多项突破，是差别化、功能性再生涤纶短纤的典型代表。

会上，江苏海科与上海水星家用纺织品股份有限公司、上海硕特无纺布有限公司、恒丰（化纤）科技有限公司 3 家合作伙伴签署战略合作协议，标志着云绒系列产品正式进入市场化布局阶段，产业链协同迈出关键一步。

重磅发布“云绒”系列四大创新产品

江苏海科总经理李辰昊详细介绍了“云绒”系列四大核心产品：石墨烯云绒、气凝胶云绒、姜暖云绒、仿生发热绒，聚焦轻质保温、主动健康、

仿生发热等方向，标志着再生填充纤维从“低端填充料”向“高端功能性材料”的跃升。

石墨烯云绒主打抗菌、高发热、远红外和驱螨 4 大功能。根据相关检测，它对金黄色葡萄球菌、大肠杆菌以及白色念珠菌的抗菌率均达到了 99% 及以上。气凝胶云绒通过二氧化硅气凝胶与再生聚酯的有机融合，构筑多级孔结构，实现超轻、高保暖性能，保暖率达 87.8%，技术达到国内领先水平。姜暖云绒以天然姜酚为核心功能成分，结合微胶囊技术与异形中空结构，赋予纤维远红外蓄热、抗菌防霉、防螨等多重健康功能，技术达国际先进水平。仿生发热绒借鉴北极熊毛“多孔芯+致密壳”结构，结合火山灰功能粉体，实现主动发热与被动保温协同，远红外发射率达 0.89，技术达国际先进水平。

在发布会“智享真知”环节，来自相关高校的专家深入解读了云绒的技术特点。

苏州大学纺织与服装工程学院副教授于金超从材料结构设计、功能复合工艺等角度，解析了云绒系列产品的技术体系与创新路径。东华大学纺织科技创新中心教授刘一涛介绍，我国研发出性能超越国外高端产品的保暖纤维材料，具有重要意义。他表示，石墨烯云绒是功能化保暖纤维，不仅实现了性能飞跃，还为纺织行业的健康和安全防护树立了新标杆。

谈及公司下一步的发展规划，李辰昊表示，填充物市场目前竞争激烈，差别化成为发展重点。云绒性能优越，适用于多种填充场景。公司还可依据客户需求进行定制化开发，将客户概念转化为实际产品。作为国内领先的再生填充纤维企业，公司在这一领域已经积累了稳定的客户基础，接下来将依托既有客户群体，重点拓展云绒的差别化应用市场。（刘方） [TA](#)

关于物流园区实施仓配一体化服务的路径探讨

■ 叶栋 / 文

为了推进行业流通的发展，物流园区仓配一体化具有实施必要性，而秉承“试点—运营—推广”三步走的实施路径，可以在降本增效、规范运营、提升园区竞争力等方面见到实效，有利于专业市场的物流升级。

基本概念

仓配一体化是指将仓库出货与配送服务两个核心环节深度融合，利用线上数字平台信息，建立高效协同、无缝衔接的一站式物流服务体系。其核心目标是实现从订单生成、货运透明、配送精准的全链条闭环衔接，最终达到降本增效、提质增效、服务高效的目的。

实施目的

目前物流园区仓库经营过程中，存在许多影响接送效率、过程空白及服务断档等问题：一是仓库经营户需自行联系多家物流托运公司，不仅对接流程繁琐，且下单后货物收货周期长、易出现错收货物的情况；二是货物运输过程缺乏定点跟踪功能，无法实时掌握货物动态；三是后续服务保障不足难以满足货物完好率与配送准确性要求。以上问题会导致园区仓库门口货物堆放时间过长、堆积量过大，造成园区内道路拥堵，存在安全隐患。

实施路径

为快速破解上述难点和堵点，规范物流园区运营秩序、消除各种安全隐患、提升仓库经营户货运周转率，物流园区管理方需寻找一家成熟的物流数字运营平台作为合作伙伴，可按照“先试点、后运营、再推广”三步走实施策略，逐步推进仓配一体化服务落地见效，具体实施路径探讨如下：

调研试点阶段

1. 组建调研团队。以物流园区管理单位为主导，组织、协调合作数字运营平台组建若干专项调研小组到园区实地开展调研，以实地走访、现场访谈的形式，系统、扎实地查找货物运营、接货配送等多种痛点难点，为后续方案制定收集依据。

2. 选定合作对象。依照“代表性强、配合度高”的原则从园区中选出 3-5 家仓库经营户作为首批试点合作对象，确定试点流程及合作意向。

3. 开展使用培训。有计划、有系统地开展平台使用及培训工作，先让数字运营平台顺利完成试点用户账户开通、权限配置、平台调试各项操作，然后由运营人员上门就订单发起、货运定位、异常处理等流程予以现场培训，做到人人精通。

4. 试点运行评估。试点期间根据仓配运营效能，货运过程可视化、错货率、配送时效完成率四大指标，定期收集试点经营户使用后的效果反馈，逐一列出清单并结合实际需求不断完善服务流程、系统功能，最终形成可降本、可盈利、可复制的试点经验。

小规模运营阶段

在试点经验成熟、各类问题解决到位后，正式启动仓配一体化服务小规模运营阶段，具体分为四项内容推进：

1. 建立服务体系。对接仓配服务有需求的经营户，安排工作人员协助完成合作物流数字平台注册、合作协议签订、账户权限配置及操作指

导，确保经营户能够熟练掌握平台使用方法，顺利接入仓配一体化服务体系。

2. 完善运维机制。有计划、有系统地建立常态化沟通及运维机制，主动、及时地收集经营户使用中所遇订单接货延时、配送跟踪偏差、异常情况处理滞后等多种问题，予以系统梳理、规范登记，并据此做好运行服务的各项保障。

3. 提升配送效率。为提高配送效率，考虑园区货物进出的运输高峰、经营户货运量及配送线路等多种因素，合理调配运输车辆及人员，优化配送路线，充分、高效地利用物流资源，有效缩短配送时长，提高仓配“接、送、达”效率。

4. 提高服务质量。全程跟踪配送时效、错货率、货物完好率等指标，有计划、有系统地开展自查自检，合理降低经营户物流综合成本，提升客户粘性，改善园区道路通行秩序，保证园区物流运营安全有序。在此基础上，同步做好运营数据统计分析，定期如实报送仓配服务量、时效达标率、经营户满意度等数据，为后续大规模推广阶段的服务优化打下坚实基础。

大规模推广阶段

在小规模运营阶段运行稳定、成效显著的基础上，进入大规模推广阶段，具体做好四项内容：

1. 总结成果经验。系统梳理之前调研试点和小规模运营阶段的模式、服务流程、技术标准，形成一套完整的、可行性的仓配一体化服务标准，制定服务规范、操作流程、考核指标及风险防控等制度，提供清晰的指导和参照。

2. 加大宣传力度。通过园区公告、网络平台、上门推介等多种形式，就仓配一体化服务的功能优势、时效保证、成本效益做系统、有层次的宣传推广，重点对比现有“传统多货运模式”与创新“一站式仓配一体化模式”在时效、成本、安全性、服务便利性等方面的不同，让园区经营户充分理解、认同和主动参与。

3. 逐步有序推进。先根据园区经营户分布的情况制定分批次推广计划，首先向物流运率需求高、货物流转量大的经营户推广，再稳步推进到所有经营户，做到推广与服务两者衔接顺畅。

4. 强化服务保障。由于大规模推广阶段不断有新经营户加入，因此要主动、有计划地为新增经营户提供平台接入、系统培训、出货运营各环节的全程服务，同时系统、扎实地完善应急响应机制，就订单高峰、系统波动、物流异常等情况制定切实可行的应急预案，真正做到服务不降标，安全有保障。

结语

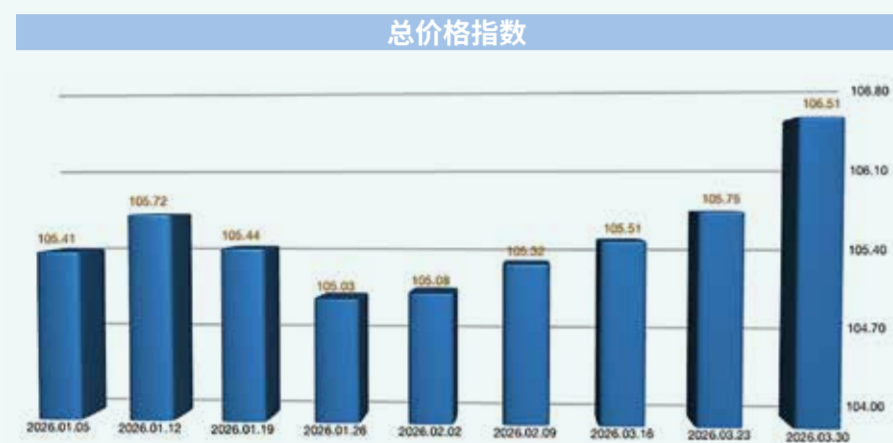
大规模推行仓配一体化服务，实现仓配一体化服务在物流园区全面覆盖，将有效解决园区物流痛点，消除道路拥堵安全隐患，能够有效降低仓库经营户物流运营成本，减少对接成本与时间成本，全面提升园区的整体运营效率、服务品质和品牌形象；同时，有助于园区招商留商，提高出租率和增强园区客户粘性，从而推动园区运营向标准化、规范化、智能化、高效化转型，实现园区管理方、园区经营户、合作平台三方互利共赢。 [TA](#)

（作者为绍兴中国轻纺城物流中心开发经营有限公司总经理）

春市营销震荡推升 价格指数环比上涨

20260330 期价格指数评析

“中国·柯桥纺织指数”20260330 期纺织品价格指数收报于 106.51 点，环比上涨 0.72%，较年初上涨 1.04%，同比上涨 2.76%。



中国轻纺城春市营销震荡推升，其中：原料市场量价环比小跌，坯布市场量价环比微升，面料市场布匹量价环比推升，家纺类产品成交量环比小跌，辅料类量价环比下跌。

原料行情环比小跌，涤纶涨幅收窄，纯棉纱环比下跌

据监测，本期原料价格指数收报于 92.19 点，环比下跌 0.17%，较年初上涨 5.75%，同比上涨 6.59%。

聚酯原料震荡回缩，涤纶价格涨幅收窄。本期涤纶原料价格指数收报于 92.03 点，环比上涨 0.06%。近期华东地区 PTA 现货主流 6570 元/吨，环比下跌 295 元/吨；MEG 主流 4988 元/吨，环比下跌 166 元/吨。萧绍地区涤纶长丝成交震荡回缩，价格涨幅收窄，POY 报价 9330 元/吨，环比上涨 5 元/吨；FDY 报价 9610 元/吨，环比上涨 4 元/吨；DTY 报价 10809 元/吨，环比上涨 3 元/吨。上游聚酯原料价格震荡回缩，涤纶原料价格涨幅收窄，囤货局部显现不足，下游需求相对有限，市场成交震荡回缩。

纯棉纱类行情环比下跌，其他化纤类行情环比下跌。近期，纯棉纱收报于 112.64 点，环比下跌 1.85%。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 16400 元/吨，环比下跌 80 元/吨；普梳 32S 纯棉纱报价 23000 元/吨，环比下跌 300 元/吨；精梳 40S 纯棉纱报价 25600 元/吨，环比持平。纯棉纱期货价格稳跌互现，现货价格局部稳跌互现。

近期，其他化纤收报于 30.52 点，环比下跌 0.55%。锦纶 POY 报价 15610 元/吨，环比下跌 15 元/吨；锦纶 DTY 报价 18050 元/吨，环比下跌 10 元/吨；锦纶 FDY 报价 18665 元/吨，环比下跌 10 元/吨。腈纶短纤报价 14365 元/吨，环比下跌 10 元/吨。

坯布行情环比回升，价格指数环比微涨

据监测，本期坯布价格指数收报于 115.78 点，环比上涨 0.06%，较年初上涨 0.97%，同比上涨 7.73%。

近期，坯布市场营销环比回升，连日成交呈现环比微涨走势，坯布厂家订单环比回升，坯布量价环比微涨。其中：天然纤维坯布收报于 179.65 点，环比上涨 0.43%，纯棉纱卡坯布、纯棉帆布坯布、纯棉府绸坯布、纯棉巴厘纱坯布市场成交环比上涨。化学纤维坯布指数收报于 105.81 点，环比上涨 0.26%，涤纶纱坯布、涤纶纺坯布、涤纶经坯布、涤纶麻坯布、涤纶色丁坯布成交量环比上涨。

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 110.85 点，环比上涨 1.54%，较年初下跌 0.15%，同比上涨 0.90%。

近期，中国轻纺城面料市场面料销售环比回升，春季面料下单环比增加，夏季面料下单环比推升，因对客商入市认购环比增加，面料价格指数环比上

涨。其中：纯棉面料、毛及其混纺面料、粘胶面料、时尚面料类成交量不等量上涨。

特色分类指数中：牛仔服面料指数收报于 104.63 点，环比上涨 0.14%，同比下跌 0.24%；国潮面料指数收报于 135.31 点，环比上涨 0.20%，同比上涨 0.60%；色织工艺面料指数收报于 131.33 点，环比上涨 3.86%，同比上涨 7.63%；针织工艺面料指数收报于 114.49 点，环比上涨 1.16%，同比下跌 0.51%；防霉、抗菌性面料指数收报于 104.04 点，环比上涨 3.95%，同比上涨 4.04%；透气性面料指数收报于 115.40 点，环比上涨 4.90%，同比上涨 5.36%。

家纺市场环比回缩，价格指数环比小跌

据监测，本期家纺类价格指数收报于 100.33 点，环比下跌 0.16%，较年初上涨 0.44%，同比上涨 0.71%。

本期家纺类价格指数环比小跌。近期，家纺市场行情环比回缩，整体市场价格环比小跌。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：窗纱类收报于 101.47 点，环比下跌 0.04%；工程窗纱收报于 101.63 点，环比下跌 0.69%。提花窗帘类收报于 100.99 点，环比下跌 0.08%；其他家纺类收报于 94.45 点，环比下跌 0.43%。

市场行情环比回缩，辅料指数环比下跌

据监测，本期辅料类价格指数收报于 111.37 点，环比下跌 2.22%，较年初上涨 0.55%，同比下跌 3.12%。

本期辅料类价格指数环比下跌。近期，市场成交环比回缩，轻纺城传统市场辅料行情环比下行，价格指数环比下跌。其中：线绳类收报于 126.15 点，环比下跌 0.02%；打孔圈收报于 99.90 点，环比下跌 0.98%；挂球和挂钩收报于 104.32 点，环比下跌 3.52%；窗帘花边收报于 102.35 点，环比下跌 5.09%；窗帘轨道收报于 94.22 点，环比下跌 7.99%。

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。后市春季面料供给环比增加，现货成交和订单发货环比小增，夏季面料局部批量下单增加，终端订单将会出现增长。“金三”即将过去，大部分纺织人都对“银四”充满信心，因部分贸易商和织造厂家新风格产品订单有所推升，春夏季面料现货成交和订单发货局部增加，织造企业开机率环比增加，印染企业产出环比增长，预计创新创意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。[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



中国轻纺城国际物流仓储中心位于柯桥区黄金地段的双渎路与钱陶东路交叉口，配有 3 幢专业仓库、2 幢沿街商铺、22 层办公写字楼。

* 配套设施完善

* 服务团队专业

* 周边交通便利

热忱欢迎社会各方来电咨询！

热线电话：0575-85586666 18106885267

接待地点：双渎路与钱陶公路交叉口中纺大厦一楼

以上数据由企业提供

低碳节能 纺织行业新引擎

