



中国纺联通讯

第 352 期

中国纺织工业联合会办公室主办

2025 年 1 月 28 日

栏目导读：

■ 【各地（会员、理事单位等）动态】

- P3 2025 辽宁省冰雪时装周盛大开幕
- P5 纺服企业紧急调拨千万物资，温暖直达西藏震区
- P7 情暖西藏、共渡难关，纺服企业纷纷调拨物资驰援震区
- P8 纺织之光 | “织爱行动”驰援西藏日喀则地震灾区在行动
- P9 与爱同行，温暖在途！波司登暖心包车欢送员工返乡过年
- P11 43 家纺织行业 5G 工厂列入工信部名录
- P12 纺织行业四项技术入选 2024 年国家绿色技术推广目录
- P13 一批纺企上榜国家级 2024 年度绿色工厂名单
- P14 央视《走遍中国》节目关注盛虹、创新中心碳捕集纤维绿色低碳新探索
- P15 微纳米镶嵌纺、莱赛尔石墨烯、陶瓷发热... ...魏桥创业集团携优势产品亮相 2025 德国法兰克福家纺展
- P16 恒天立信与东华大学签约，共建智能染整远程科教融合一体化实践基地
- P17 恒申集团与日本化学巨头东丽集团签署战略合作协议，共创绿色发展新动能
- P18 真维斯母公司旭日集团与香港理工大学、惠州学院签约合作，助力大湾区时尚产业发展
- P20 冰雪同梦，亚洲同心！北服团队设计的火种采集及传递服装闪耀哈尔滨第九届亚洲冬季运动会

■【联合会工作|行业重要会议及活动】

P21 中国纺织工业联合会 2024 年度工作总结大会在北京召开

P25 寒冬盛放，2025 中国纺织品服装贸易展览会（纽约）璀璨举行

P27 以展促贸，以展强链！第 23 届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会 DIFS (冬季) 成功举行

P29 2025 中国国际面料设计大赛暨第 53 届 (2026 春夏) 中国流行面料入围评审在北京举办

■【联合会工作|联合会建设】

P33 中国纺联党委召开 2024 年度基层党组织书记抓党建工作述职会

P36 中国纺联党委召开学习党的二十届中央纪委四次全会精神专题学习会暨 2025 年理论学习中心组第一次学习会

■【联合会工作|各部门、各成员单位工作动态】

P39 2025 纺织服装渠道变革圆桌对话会在广东虎门召开

P42 “数”说纺织：2024 年 1~11 月

P44 数读 2024 | 盘点全年中国纺织行业对外贸易表现

P45 2024 年化纤行业十大新闻发布

P50 “高质量发展，创新链未来”纺织产业弹力面料发展大会在汕头市召开

P54 2024 年我国家纺行业整体平稳运行，内外贸均保持增长态势

P57 震泽丝绸杯·第九届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛评审工作圆满结束

P60 2024 年纺织服装专业市场总量规模整体稳定，实现平稳收官

P66 中国纺织机械协会会长交流活动在浙江杭州举办

P68 回升向好，中产协发布 2024 年 1-11 月产业用纺织品行业运行简况

【各地（会员、理事单位等）动态】

▲ 2025 辽宁省冰雪时装周盛大开幕

1 月 20 日下午，“时尚辽宁 冰舞霓裳”冰雪时装周开幕式在辽宁沈阳精彩启幕。辽宁省人民政府副秘书长佟昭、中国服装协会专职副会长焦培出席开幕式并致辞。辽宁省商务厅副厅长郭斌发布冰雪时装周活动方案、辽宁省纺织服装协会会长王翀宣读倡议书。辽宁省工业和信息化厅副厅长郑岩、辽宁省文化和旅游厅副厅长艾芳琳、辽宁省体育局副局长王冬出席开幕式。

为贯彻落实党中央、国务院决策部署，进一步加强内外市场联动，释放纺织服装消费潜力，助力“十五冬”持续预热和冰雪经济发展，根据商务部有关要求，辽宁省商务厅定于 2025 年 1 月 18 日至 26 日，开展“时尚辽宁 冰舞霓裳”冰雪时装周系列活动。本次活动由辽宁省商务厅主办，辽宁省工业和信息化厅、辽宁省文化和旅游厅、辽宁省体育局联合主办，辽宁省纺织服装协会协办。

辽宁省人民政府副秘书长佟昭在致辞中表示，辽宁冰雪时装周活动展现了习近平总书记关于“冰天雪地也是金山银山”的理念，致力于将“冷资源”转变为“热经济”。辽宁地理位置优越，适合发展“绿色经济”、“蓝色经济”和“白色经济”。辽宁积极调整产业结构，构建了多元化、现代化的产业体系。2025 年是关键一年，目标是打造万亿级产业基地，提升品牌影响力和市场竞争力，巩固消费市场，推动进出口总额稳步增长。

辽宁在冰雪经济领域具有显著优势，尤其在冰雪服装产业和装备制造方面表现突出。大连羊绒大衣年产量达 70 多亿元，占全国 30%；丹东运动户外服装年产量 1.5 亿件套，占全国 20%；鞍山西柳市场以棉服为核心，年交易额 800 亿元；辽阳佟二堡市场年产皮装 300 余万件，年交易额 50 亿元；辽阳小北河棉袜产值 32 亿元，产量全国第二。在冰雪装备制造领域，大连冰山集团等重点企业产值 50 亿元，成为全国重要的冰雪服装和装备生产基地。

第十五届全国冬季运动会将在辽宁举办，辽宁将加大宣传推广力度，开发具有辽宁元素的冰雪装备器材和文创产品，推动冰雪经济升温。我们期望通过此次活动，深入挖掘辽宁冬季服装文化内涵，打造创新消费场景，促进冬季纺织服装消费热潮，推动辽宁特色纺织产业高质量发展，展示辽宁风采，

提升辽宁品牌知名度。

中国服装协会专职副会长焦培在致辞中表示，冰雪运动和文化在全球范围内兴起，尤其在中国，冰雪经济和相关产业迅速增长。结合冰雪元素和时尚设计的时装周，将展示辽宁的冰雪时尚文化，吸引时尚资源和创意灵感，推动冰雪服装行业的科技和创新。国家发展改革委发布方案，支持东北地区装备制造业与科研院所合作，加强滑雪服等产品研发。2028 年冬运会将在辽宁举办，为当地服装企业提供了政策和市场机遇。辽宁服装产业基础坚实，拥有多个产业集群。服装企业在冰雪经济中表现突出，为产业发展打下基础。辽宁服装企业应利用时装周提升品牌形象和竞争力，加强创新，拓展市场，与科研机构合作，提升产品研发能力。辽宁有望在冰雪时尚领域占据重要地位，为特色纺织服装产业的可持续发展做出贡献。

辽宁省商务厅副厅长郭斌发布冰雪时装周活动方案。为贯彻落实党中央、国务院决策部署，进一步加强内外市场联动，释放纺织服装消费潜力，助力“十五冬”持续预热和冰雪经济发展，根据商务部有关要求，省商务厅定于 2025 年 1 月 18 日至 26 日，开展“时尚辽宁 冰舞霓裳”冰雪时装周活动，辽宁省 2025 年“时尚辽宁 冰舞霓裳”冰雪时装周活动由省、市两级同步开展。省商务厅组织开幕式，商请省纺织服装协会协助引导企业积极参与；各市应因地制宜，利用春节消费热点，结合本市冰雪经济发展和纺织服装促消费整体工作安排，积极举办冰雪服装流行趋势发布会、新品首发首秀，专场服装年货节、特色品牌展销等线上线下融合、商旅文体健联动的配套活动。要积极引导纺织非物质文化遗产与现代时尚融合创新，打造纺织服装新消费热点，推广新产品，同时积极宣传绿色健康消费理念。

具体活动安排：1. 结合冰雪运动场所开展促消费活动；2. 结合文旅景区组织直播促消费活动；3. 结合产业发展组织产销对接活动。

辽宁省纺织服装协会会长王翀代表辽宁省纺织服装协会，在辽宁冰雪时装周开幕仪式上，提出以下倡议以加强市场联动，释放消费潜力，助力冰雪经济发展：

一、创新驱动，拉动消费。结合辽宁冰雪文化与国际时尚，创新技术与工艺，提升产品技术含量和附加值，满足消费者多样化需求。

二、企业合作，资源共享。利用龙头企业优势，带动中小微企业发展，

形成具有竞争力的冰雪运动服装产业，推动可持续发展。

三、拓展市场，助力经济。利用辽宁区位和产业优势，寻求国际合作，通过展会和跨境电商拓展国际市场，提升品牌知名度。

四、校企合作，培育品牌。加强校企合作，开发新原料与技术，培养设计人才，培育自主品牌，提升行业核心竞争力。

五、产业链协同，可持续发展。关注纺织新材料创新应用，为品牌企业产品创新提供支持。

在省委省政府的领导下，及各政府部门支持下，辽宁纺织服装行业将借助“十五冬”之势，为全面振兴新突破三年行动贡献力量。

开幕式上，以“冰舞霓裳”为主题举办了专业滑雪服装、实用冰雪服装、创意冰雪服装三场冰雪服饰主题发布秀，邀请到了来自斯凯奇、隆生、JINLUOLAN•欧仕、澜捷、海合谷、大连工业大学、鲁迅美术学院、大连艺术学院等企业及院校参与，旨在通过时尚秀场的形式，让大家近距离感受冰雪服饰和辽宁品牌的魅力！

开幕式结束后，领导及嘉宾参观了“2025 辽宁冰雪时装展”。

▲ 纺服企业紧急调拨千万物资，温暖直达西藏震区

1月7日，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震，造成重大人员伤亡。地震灾区位于高原高寒地区，冬季严寒，一线救援和安置工作面临极大挑战。

本次地震发生时已经进入冬季，从天气预报可以看出，定日县地区的最低气温低至-15℃，近几天气温还在不断下降。灾害碰上持续低温环境，若未及时采取保暖措施，被困者和获救者都将面临严重的失温风险，而援救者和建设者也要面对寒冷的问题。

灾情牵动着社会各界的心。在地震灾害发生的第一时间，纺织服装企业积极响应，为灾区提供相应物资。

波司登集团就迅速响应，启动应急援助机制，从西南仓库中紧急调度1000万元的御寒物资，驰援西藏日喀则定日县，为当地群众和救援人员提供御寒保障。

特步集团也第一时间向定日县受灾地区捐赠1000万元御寒保暖物资，全力驰援抗震救灾行动。

安踏集团则是在地震当天下午就宣布向定日县受灾乡镇捐赠1000万元

御寒物资，全力支援西藏震区的抗震救灾工作，物资将空运送达西藏。

361° 集团也迅速响应，第一时间捐赠 800 万元御寒物资，全力支援灾区抗震救灾工作。御寒物资驰援西藏地震灾区。

李宁集团通过中国妇女发展基金会捐赠吊牌价值 1000 万元的防寒保暖物资，全力支持受灾群众和一线救灾人员的基本需求。确保救灾物资及时送至一线，帮助灾区群众温暖过冬。

鸿星尔克救灾指挥小组紧急行动，携手中华社会救助基金会向西藏受灾地区捐赠 1000 万元御寒保暖及应急救灾物资，驰援一线抗震救灾工作。目前，首批应急救灾物资已运往灾区。

海澜之家迅速作出响应，立即启动了应急援助机制，原计划运往拉萨的 4000 件羽绒服在格尔木紧急改道，直接送往日喀则定日县。尽管面临高海拔和冻土地带来的挑战，物资车辆依然努力克服困难，确保御寒物资尽快抵达定日县，在严寒的灾区为受灾群众提供温暖的保障。

此外，H&M 中国也宣布，无偿捐赠 100 万元的御寒保暖衣物支持救灾工作，践行“在中国，为中国”的坚定承诺。

防寒服装作为人体与外界严寒环境的屏障，可降低低温环境带给人体的伤害。防寒服装的保暖性取决于服装面料、填充材料的保暖性能以及服装的尺寸与搭配。像 2023 年 12 月，甘肃积石山地震的救灾过程中，很多单位及个人捐赠了大量各种衣物，都派上了用场，温暖了灾区群众的身心。

其中，防寒服装的保暖材料可分为主动保暖材料和被动保暖材料，主动保暖材料是指可根据环境变化自动调温的材料，或是通过外加发热装置可实现主动产热的材料，如：相变材料、充气材料、电加热材料等；常见的被动保暖材料为羽绒、丝绵、棉絮、羊毛等，通过增加填充材料的使用量，可有效阻隔外界寒冷环境，实现保暖御寒的目的。

此外，由于灾区时有大风雨雪影响，防寒服除了需要具备良好的保暖性能，还需具有良好的防风性和防水性，以减少人体热量散失。

灾区物资有限，灾区群众穿上羽绒服、棉服等保暖服装后，还需注意保护头部、手部和脚部，减少身体各部位的暴露面积，防止身体失去过多热量。

除防寒服装外，帐篷和睡袋也必不可少。在灾区，昼夜温差大、紫外线强，帐篷作为灾区群众的避难所，需要具备保暖、隔热、防水、透气、阻燃、

防紫外线等特点，以保障灾区人民的生命安全。睡袋可用于受灾群众夜间睡眠时保暖御寒，且占地面积小，方便携带，在有限空间中可容纳更多受灾群众。可依据标准 GB/T 38426-2019《睡袋的热阻和使用温度的测定方法》，结合当地的环境温度，选择适宜保暖性能的睡袋产品。

在保障基本的保暖需求外，救援队伍还有可能面临震后的各类风险，如：粉尘、化学气体、泥石流、倒塌房屋的钢筋、碎玻璃等。因此，救援人员的服装除具备保暖性外，还需要具备高强度、耐刺割、良好的气密性和防水性等，保证救援人员安全高效地完成救援工作，并保证救援人员的生命健康。公共安全行业标准《GA 633-2006 消防员抢险救援防护服装》中明确指出抢险救援服可用于消防员在抢险救援作业时穿戴使用。

抢险救援服应具备阻燃、耐磨、轻便、抗拉、颜色醒目等特点，常用于建筑物倒塌、狭小空间及攀登救援现场的身体防护。抢险救援服的面料由防护外层、防水透气层、隔热层、舒适层复合而成，能够对其除头部、手部、踝部和脚部之外的躯干、颈部、手臂和腿部提供良好的保护。

除了救援人员，也不能让搜救犬冻着，它们号称废墟中的“生命雷达”，是搜救人员的得力助手。搜救犬凭借敏锐的嗅觉、听觉，在地震废墟中搜寻生命信号。在高寒气候下的搜救犬，保温措施也极为重要。在服装方面，为预防搜救犬低温冻伤，可使用防水材料制作搜救犬的服装，尽量保护腹部位置，防止因服装的束缚而造成搜救犬的工作不便。

此外，搜救犬极易被废墟中的碎玻璃、钢筋等坚硬物体刺伤，因此搜救犬的服装还需增强力学性能提高防护，必要时搜救犬还可穿着防刺穿的犬靴，以保障搜救犬的生命安全。

综上所述，灾害碰上寒冷天气，会给受灾群众带来更多危险，给救援工作带来更多困难，因此使用合适的服装、设施等做好保暖非常重要。

▲ 情暖西藏、共渡难关，纺服企业纷纷调拨物资驰援震区

1月7日，西藏日喀则市定日县发生6.8级地震。地震灾区位于高原高寒区域，严酷的自然环境加剧了救援的难度，让灾区民众的保暖需求变得尤为迫切。在生死攸关的时刻，纺织服装企业展现出了非凡的社会责任感与应急响应能力。第一时间向灾区伸出了援手。他们紧急调配资源，将一批批满载着温暖与希望的保暖物资运往灾区。这些物资，不仅仅是简单的衣物与被

褥，更是灾区人民在寒冷中坚强的后盾，是纺织服装企业用实际行动书写的爱心篇章。

新兴际华集团迅速部署所属企业捐赠物资，全力支援抗震救灾工作。际华森普利公司连夜组织全体男性职工将 10000 件皮大衣装车，并于凌晨 4 点发出；际华 7555 公司紧急将 10000 床棉被出库装车，争取第一时间将物资交付灾区。

三枪集团紧急筹措价值近 320 万元的防寒保暖衣物并装车，星夜兼程送往西藏日喀则地震灾区。西藏日喀则是上海的对口援建地区，东方国际集团下属三枪集团携手中国妇基会迅速响应、紧急行动，加班加点筹措三枪品牌防寒保暖衣物驰援现场，为受灾百姓送去温暖。

森马集团上下联动，从仓库中紧急调度 1000 万元御寒物资，通过中国乡村发展基金会进行捐赠，全力支援西藏震区的抗震救灾工作。并组建了专项捐赠项目组，并携手上下游合作伙伴一起行动，正在紧急调配、装车近 1.3 万件森马、巴拉巴拉品牌羽绒服和保暖内衣等应急物资，运往灾区一线。

太平鸟公益基金会迅速启动救灾响应，紧急调度、筹措捐赠 1000 万元御寒物资驰援震区。

在这场与时间赛跑的救援中，纺织服装企业的积极响应不仅为灾区人民送去了急需的温暖，更彰显了纺企与社会共克时艰、携手前行的坚定信念。他们的行动，如同冬日里的一缕阳光，穿透了灾难的阴霾，照亮了灾区人民前行的道路。

▲ 纺织之光 | “织爱行动”驰援西藏日喀则地震灾区在行动

1 月 7 日早 9 时 5 分，西藏日喀则市定日县发生 6.8 级地震，造成重大人员伤亡，大量房屋倒塌。

为深入贯彻习近平总书记对西藏日喀则市定日县发生的 6.8 级地震所作出的重要指示精神，在中国纺织工业联合会的领导下，纺织之光科技教育基金会紧急启动“织爱行动”应急响应倡议，在中国家用纺织品行业协会、中国服装协会、中国毛纺织行业协会、中国产业用纺织品行业协会及广东省服装服饰行业协会等多家纺织服装行业组织的联合响应和协调下，首批捐赠物资已完成打包，将陆续按计划分批次发出运往受灾地区，用于开展救灾及灾后重建工作。

1、上海水星家用纺织品股份有限公司

中国家用纺织品行业协会副会长单位上海水星家用纺织品股份有限公司迅速调集捐赠 1000 条御寒冬被、1000 条全棉被套

2、河北国欣纯棉家纺有限公司中国家用纺织品行业协会理事单位河北国欣纯棉家纺有限公司在得知灾情的第一时间迅速响应,启动应急机制捐赠 240 床冬被

3、上海珍奥生物科技有限公司

中国家用纺织品行业协会理事单位上海珍奥生物科技有限公司迅速响应协会号召,调集捐赠 100 条保温毯

4、上海妙宅科技发展有限公司中国家用纺织品行业协会会员单位上海妙宅科技发展有限公司筹措捐赠 100 床冬被

5、潮州市琦锐服饰有限公司

广东省服装服饰行业协会会员单位潮州市琦锐服饰有限公司密切关注灾情变化,响应协会号召捐赠 500 件儿童毛衫,为灾区的孩子们送上温暖与关怀,积极贡献力量。

截至 1 月 10 日,纺织之光科技教育基金会已收到来自上海水星家用纺织品股份有限公司 1000 条御寒冬被、1000 条全棉被套、河北国欣纯棉家纺有限公司 240 床冬被、上海妙宅科技发展有限公司 100 床冬被、上海珍奥生物科技有限公司 100 条保温毯、潮州市琦锐服饰有限公司 500 件儿童毛衫、宁波久耀服饰有限公司旗下 DC 童装品牌 500 余件冬装等御寒衣物等物资捐赠意向。芸想品牌及初选科技等企业也表示将捐赠款物,共同驰援西藏,助力受灾群众临时安置、灾后重建和生活物资保障工作。

一方有难,八方支援。灾难当前,纺织服装企业秉持大爱,团结一心,驰援西藏。在此,为这些充满大爱的企业点赞!衷心祈愿西藏灾区能早日平安,愿每一位受灾群众都能尽快重建家园,回归正常生活。

▲ 与爱同行,温暖在途!波司登暖心包车欢送员工返乡过年

1 月 19 日早上 8 时,波司登集团总部广场上一片热闹景象,13 辆大巴车整齐排列,一场升腾着幸福与团圆“年味”的欢送员工返乡活动从这里出发,载着近 600 名员工开往苏州站、常熟站及河南、安徽、陕西等地,欢送仪式简单又热烈。这些大巴车承载着波司登对员工满满的关爱,开启“春

运”包车欢送员工返乡的温暖旅程。

波司登常熟总部三个工厂的外地籍员工共有 1816 人，他们来自五湖四海，为了波司登的发展辛勤付出了一年。“一枝一叶总关情”，为了让员工们能够平安、舒适地返乡，波司登集团早在春运开始前就精心筹备，帮助员工订制包车直送、高铁专线、自驾车等返乡方式。从 2003 年起，波司登就开启了包大巴车欢送外地籍员工返乡的暖心行动，这一坚持就是二十多年。最近三年，公司又在苏州、常熟组织高铁专线返乡，不断优化返乡方案，让员工回家的路越来越快捷舒适。

返乡路长，关怀意切。每年的返乡活动，波司登都会为员工提供一系列贴心服务，今年更是如此。公司为每一位返乡员工准备了爱心礼包、羽绒服，让他们在旅途中感受到浓浓温暖，还准备了温暖早餐，为员工们的返乡之旅补充满满能量。考虑到长途旅行可能会出现晕车等不适情况，公司特意为员工准备了晕车药。此外，公司还为员工提供大件行李提前托运服务，让他们能够轻松返乡。

随着员工收入逐年提高，自驾私家车返乡的人数也逐年增多，2025 年达到了 678 人。在交警部门的指导协作下，企业在员工返乡前为所有自驾车辆提供一次免费的安全检测，确保每一辆车安全上路。欢送现场，市公安局交通警察大队古里中队组织开展春运交通安全宣教，督促压实春运安全行车责任，并安排交警铁骑护航到高速路口，为员工们的返乡之路保驾护航，让大家都能平安回家。

涓涓温暖，传递真情关爱；曙光明亮，照耀幸福前路。波司登的这一系列举措，不仅解决了员工的返乡难题，更让员工感受到了企业的温暖关怀和强大向心力。临别时刻，思想情浓，员工们的幸福与激动溢于言表。

“公司每年都给我们包车，让我们来回出行都顺畅、安心。”说起这个返乡“福利”，来自河南信阳的姜雪十分激动。来波司登工作三年，她每年都坐包车回家。“早上出发，晚上就能到家，几乎就送到家门口。”外出打工一年，姜雪归心似箭，她期待着赶紧见到家人，和大家说说自己这一年的收获和心情。

“我们公司想得就是周到，帮我们早饭都准备好了。”吃着公司准备的早点，来自河南周口的梁留学倍感惬意。2012 年，他来到波司登工作，“感

觉不错”便留了下来。2018 年，他在波司登找到了另一半，还把自己的家人也带来一起工作。“公司的福利待遇很好，我老婆身上穿的是今年的‘年货’，我穿的是去年的。”梁留学笑言，“在波司登工作，光年货就够穿了。”

为进一步推动落实苏州“苏城暖新”六大行动，为新市民劳动者送上“第二故乡”的温暖，波司登集团还联合人社部门举办了 2025 年“苏城暖新·心暖虞城”——“扫码再回家·虞城盼你回”集中送工回乡活动。现场，人社工作人员引导返乡员工扫码了解春节期间常熟人社惠民政策及就业服务，并为大家送上新春小礼物。春节后，人社部门还将加强市镇企联动，为返乡人员节后返岗复工提供全方位人社暖心政策、服务措施，助力安心在常做贡献。

用心用情善待员工，是企业留住人才的必修课，也是企业行稳致远的动力源泉。波司登集团深知，只有员工的幸福和稳定，才能带来企业的繁荣和发展。一直以来，坚持推动员工与企业共同成长，共建共享高质量发展成果，以实际行动践行对员工的关爱与呵护，彰显了领军企业的社会责任和品牌温度。波司登包车送员工返乡团圆，稳岗就业、稳定增收，普惠关爱一线员工，让员工的幸福感和归属感越来越强。

用爱铺就返乡路，情暖万千员工心。未来，波司登将继续坚持以人为本的理念，打造卓越雇主品牌，为员工创造更好的工作环境和生活条件，与员工携手并进，共创美好未来。

▲ 43 家纺织行业 5G 工厂列入工信部名录

工业和信息化部近日印发《打造“5G+工业互联网”512 工程升级版实施方案》。方案提出，到 2027 年，“5G+工业互联网”广泛融入实体经济重点行业领域，网络设施、技术产品、融合应用、产业生态、公共服务 5 方面能力全面提升，建设 1 万个 5G 工厂，打造不少于 20 个“5G+工业互联网”融合应用试点城市。

2023 年以来，工业和信息化部两次发布 5G 工厂名录，截至目前共计 700 家企业入选，其中纺织领域入选企业 43 家。

2023年纺织行业5G工厂名录			
行业	名称	建设主体	
纺织业	吉祥三宝高科纺织 5G 智能工厂	吉祥三宝高科纺织有限公司、中国电信股份有限公司界首分公司	
	凯邦锦纶科技 5G+工业互联网智慧工厂	福建凯邦锦纶科技有限公司、中国联合网络通信有限公司福建分公司	
	信泰（石狮）5G 智慧工厂	信泰（石狮）科技有限公司、中国移动通信集团有限公司	
	湖北德永盛5G 智能化纺织工厂	湖北德永盛纺织有限公司、中国移动通信集团有限公司	
	江苏港红纤维5G 工厂	江苏港红纤维有限公司、中国电信股份有限公司苏州分公司	
	江苏新视界5G 工厂	江苏新视界先进功能纤维创新中心有限公司、中国移动通信集团江苏有限公司吴江分公司	
	江苏裕康5G+高档服装工厂	江苏裕康智能科技有限公司、中国电信股份有限公司溧阳分公司	
	江苏戴美斯 5G 工厂	江苏戴美斯节能环保新材料有限公司、中国移动通信集团江苏有限公司盐城分公司	
	江西明恒纺织5G 工厂	江西明恒纺织集团有限公司、中国联合网络通信有限公司抚州市分公司	
	华瑞（中国）缝纫线5G 工厂	华瑞（中国）缝纫线有限公司、中国联合网络通信有限公司九江分公司	
纺织服装、服饰业	安徽新老华扬服饰数智化管理云5G工厂	安徽新老华扬服饰有限公司、中国联合网络通信集团有限公司	
	江苏波司登品牌服装柔性制造5G工厂	江苏波司登科技有限公司、江苏移动通信系统集成有限公司	
	江苏虞美人5G+智能针织工厂	江苏虞美人纺织品有限公司、中国电信股份有限公司江苏分公司	
	海澜5G 智能工厂	海澜集团有限公司、中国移动通信集团有限公司	
	无锡红豆男装5G 工厂	无锡市红豆男装有限公司、中国联合网络通信有限公司江苏省分公司	
	广安鸿美嘉服饰5G 智慧工厂	广安鸿美嘉服饰有限公司、中国移动通信集团四川有限公司广安分公司	
2024年纺织行业5G工厂名录			
行业	名称	建设主体	合作运营商
纺织业	福建金源纺织5G 工厂	福建金源纺织有限公司	中国联通
	福建鑫森合纤科技有限公司5G 工厂	福建鑫森合纤科技有限公司	中国联通
	华峰华锦5G 智慧工厂	华峰华锦有限公司	中国移动
	荆州市天竺麻棉纺织股份有限公司5G 全连接工厂	荆州市天竺麻棉纺织股份有限公司	中国移动
	天舒纺织5G 全连接工厂	宣城市天舒纺织有限公司	中国移动
	江苏华艺服饰有限公司5G 车间	江苏华艺服饰有限公司	中国电信
	蓝天智维 5G+智能工厂	江苏蓝天环保集团股份有限公司	中国联通
	京正新材料 5G 全连接工厂	苏州京正新材料科技有限公司	中国联通
	吴江广宇纺织5G 工厂	吴江广宇纺织有限公司	中国移动
	华发智能纺织5G 工厂	徐州华发纺织股份有限公司	中国联通
	江西亿阳纺织5G 工厂	江西省亿阳纺织集团有限公司	中国移动
	江西万达美纺织科技股份有限公司5G 工厂	江西万达美纺织科技股份有限公司	中国联通
	卫棉集团5G 智慧纺纱工厂	江西卫棉纺织集团有限公司	中国移动
	晶邑华展纺织集团有限公司5G 产线	晶邑华展纺织集团有限公司	中国移动
	山东鑫珂海洋生物技术股份有限公司5G 产线	山东鑫珂海洋生物技术股份有限公司	中国移动
	浙江真爱钰业科技有限公司5G 工厂	浙江真爱钰业科技有限公司	中国电信
	纺织服装、服饰业	蚌埠特步 5G 工厂	特步（安徽）有限公司
“智联起源，织造未来”鑫祥 5G 智慧工厂		莆田市鑫祥股份有限公司	中国联通
红叶 5G 智能全连接工厂		荆州市红叶针织服饰有限公司	中国联通
卡思迪莱柔性化智能制造5G 工厂		江苏卡思迪莱服装有限公司	中国移动
宇彤众妙星链智能5G 数字工厂		共青城宇彤众妙纺织服饰有限公司	中国联通
上海宝岛5G 工厂		上海宝岛服饰有限公司	中国联通
雅戈尔服装智造5G 工厂		雅戈尔服装制造有限公司	中国联通
化学纤维制造业	浙江瑞祺服饰有限公司5G 工厂	浙江瑞祺服饰有限公司	中国电信
	威海宝威新材料 5G 智能工厂	威海宝威新材料科技有限公司	中国移动
	桐昆集团聚酯纤维 5G 全连接工厂	桐昆集团股份有限公司	中国联通
	国复5G 工厂	重庆国际复合材料股份有限公司	中国电信

▲ 纺织行业四项技术入选 2024 年国家绿色技术推广目录

1 月 20 日，国家发展改革委会同科技部、工业和信息化部、自然资源部、生态环境部、住房城乡建设部、国务院国资委、国家能源局印发了《绿色技术推广目录（2024 年版）》。《目录》遴选了节能降碳产业、环境保护产业、资源循环利用产业、能源绿色低碳转型、生态保护修复和利用、基础设施绿色升级、绿色服务等 7 大类产业 112 项先进绿色技术，列明了每项

技术的工艺技术内容、主要技术参数、实际应用案例、生态效益等。纺织行业有四项技术入选《目录》，详细技术情况如下：

绿色技术推广目录（2024 年版）（纺织行业相关技术）					
序号	技术名称	产业类别	工艺技术内容	主要技术参数	应用案例
1	连续玻纤增强高流动性尼龙6复合材料	先进交通装备制造	通过分子结构设计，制备变化高流动性尼龙6树脂并成膜，形成玻纤织物多层结构，并对纤维织物表面特殊处理，增强玻纤与基体树脂的界面相容性，采用熔融模压浸渍工艺，使基体树脂充分分散、浸渍于纤维织物中，制备出具有比强度高、比模量高、冲击韧性好、轻量化效果好、修复性好、安全环保可回收等特性的复合材料。	45°弯曲强度≥480MPa，45°弯曲模量≥19GPa，0°拉伸强度≥380MPa，0°拉伸模量≥16GPa。	案例1：连续纤维增强尼龙复合板材项目。建设规模：年产100吨连续纤维增强尼龙复合板材生产线。生态效益：项目年碳减排量300吨。 案例2：汽车发动机底护板项目。建设规模：年产30万件连续纤维增强热塑性复合材料制品自动化生产线。生态效益：单件底护板减重4千克，项目年碳减排量3600吨。
2	再生聚酯及膜材料关键制备技术	资源循环利用	采用高效醇解与酯交换相结合的方法，实现了废旧聚酯的高效回收；开发精制、改性重聚等技术实现了废旧聚酯的高质化再生；开发双向拉伸成型加工技术，制备再生聚酯薄膜，实现了再生产品的高值化利用。形成了从废旧聚酯到再生聚酯，再到功能性再生聚酯薄膜的成套工艺技术路线。	再生聚酯各项指标可以达到原生聚酯水平，b值≤5，熔点181℃。杂质二甘醇含量0.9%。再生聚酯薄膜横向拉伸强度346MPa，纵向断裂伸长率567%。	案例1：河南源宏高分子新材料有限公司功能聚酯合成生产线技术改造项目。建设规模：年产5万吨再生聚酯材料。生态效益：年碳减排量4.16万吨。 案例2：新乡市新银新材料有限公司再生聚酯资源化循环利用示范工程项目。建设规模：年产2万吨再生聚酯材料。生态效益：年碳减排量2.476万吨。
3	一种发热纤维的凝胶法制备工艺	资源循环利用	通过采用小分子接枝壳聚糖进行改性，在纤维上快速形成均匀且致密的膜层，同时通过凝胶法和浸渍法在纤维表面形成吸湿膜，利用吸湿发热原理提高纤维的保暖性。采用多孔PLA纤维改性壳聚糖气凝胶复合网络结构，实现高空隙率，高稳定形态控制，保持性能稳定。该纤维可替代难以降解的ES纤维和PET纤维，解决保暖性吸湿性差的问题。	单位面积质量为120g/m ² ，回复率99%、压缩率73%；热阻0.469m ² ·K/W；透湿率4510g/(m ² ·24h)。	案例：“科技冬奥”冬季运动服装内胆项目。建设规模：年产10000套聚乳酸纤维仿生绒及冬季运动服装内胆。生态效益：项目每万吨功能性聚乳酸发热复合纤维相较于PET纤维可减少1.63万吨碳排放，资源综合利用率提升5%以上。
4	MABR地表水体净化技术	生态保护修复	微生物膜附着生长在透氧中空纤维膜表面，水体中的污染物在浓差驱动和微生物吸附等作用下进入生物膜内，经过生物代谢和增殖被微生物利用，使水体中的污染物同化为微生物固体固定在生物膜上或被分解成无机代谢产物，从而实现对水体的净化。	中空纤维膜丝平均断裂拉伸强度≥30N，MABR膜组件气体通量≥0.14m ³ /m ² ·h，氧气利用率≥60%，曝气压力0.025~0.055MPa，停留时间24h，溶解氧2~6mg/L，适应温度0~35℃。	案例1：天津滨海高新技术产业开发区城市管理和环境保护局海泰南北大街景观河道水生态治理工程。建设规模为河道长1.6公里，水面宽度约为15米，水深1.7~2米。生态效益：水体主要指标（COD、氨氮和溶解氧）达到并优于治理目标《地表水环境质量标准》（GB3838-2002）四类标准。 案例2：天津经济技术开发区建设和交通局东排明渠人工强化水生态修复项目。建设规模：河道长2.3公里，水面宽度约为25~40米，水深1~3米。生态效益：水体主要指标（COD、氨氮和溶解氧）达到并优于治理目标《地表水环境质量标准》（GB3838-2002）五类标准。

▲ 一批纺企上榜国家级 2024 年度绿色工厂名单

日前，工业和信息化部发布 2024 年度绿色制造名单，新培育国家层面绿色工厂 1382 家、绿色工业园区 123 家、绿色供应链管理企业 126 家。

其中，吉林碳谷、海澜之家、悦达棉纺、嘉华特种尼龙、富春染织、才子服饰、魏桥特宽幅、际华三五零六、稳健医疗、新疆利华纺织、大连泛瑞客、宁波申洲、安踏等 50 余家纺织及相关企业入选绿色工厂名单；江苏联

发、新澳纺织、比音勒芬等入选绿色供应链管理企业名单；还有一批绿色工业园区从事纺织生产。

2024年，工业和信息化部印发《绿色工厂梯度培育及管理暂行办法》，加快建立规范化、长效化的绿色工厂梯度培育机制，带动地方累计梯度培育省市层面绿色工厂1.6万余家，绿色制造体系不断完善。

据工信部介绍，绿色工厂是绿色制造核心基础单元，以用地集约化、原料无害化、生产洁净化、废物资源化、能源低碳化为建设目标。目前，国家层面累计培育6430家绿色工厂，产值占制造业总产值的比重超过20%，能耗、水耗水平整体达到行业先进水平。近三年，绿色工厂实施绿色低碳改造升级项目万余项，总投资超过2500亿元，绿色增长带动效应凸显。

绿色工业园区是绿色工厂和绿色基础设施集聚的平台。目前，国家层面累计培育491家绿色工业园区，单位工业增加值能耗为全国平均水平的2/3，万元工业增加值用水量为全国平均水平的1/4，平均工业固废处置利用率超过95%，实现了绿色低碳和循环可持续发展。

绿色供应链管理企业是指将绿色低碳发展理念贯穿于企业产品设计、原材料采购、生产、运输、储存、销售、使用和报废处理等全过程，实现供应链全链条绿色化水平协同提升的主导企业，是带动供应链上下游工厂实施绿色制造的关键。

工信部提出，下一步各地工业和信息化主管部门要加强政策协同，充分发挥绿色工厂、绿色工业园区、绿色供应链管理企业的引领带动作用，做好先进经验和典型做法的总结和推广，开展系列宣传活动。要加强与金融机构对接交流，积极利用金融资源支持绿色工厂、绿色工业园区、绿色供应链管理企业开展绿色低碳改造升级，不断提升绿色制造水平。要加强动态管理，做好日常指导、监督和检查，持续跟踪和分析创建成效。

▲ 央视《走遍中国》节目关注盛虹、创新中心碳捕集纤维绿色低碳新探索

1月6日，央视中文国际频道《走遍中国》节目关注国家先进功能纤维创新中心在二氧化碳制纤维方面的创新探索和实践。

《走遍中国》节目走进国家先进功能纤维创新中心，聚焦创新中心的“一口气”创新试验。在创新中心中，科研人员正在通过瓶瓶罐罐的反应试验，解决人类面临的难题，探索将二氧化碳运用到纤维当中，把二氧化碳变成可

开发利用的资源。在国外通过电催化热处理技术将二氧化碳转化为碳纳米纤维时，创新中心的科研团队也正在向此课题发起冲击，紧张忙碌了一年多，在经过无数次的试验、调整之后，通过一系列反应，成功将二氧化碳转化为功能性聚酯纤维，为降低碳排放提供纺织行业绿色方案。

国家先进功能纤维创新中心，由盛虹控股集团牵头组建，是全国第一家由民营企业牵头组建的国家制造业创新中心。创新中心联盟围绕“产业链构建创新链”的原则，吸引行业龙头骨干企业、高等院校、科研院所等 160 多家构成单位成员，聚焦高端用纤维材料及纺织品、功能纤维新材料、前沿纤维新材料等领域科技研发，构建从基础研究、技术开发、产品制造、商业化应用的全创新链的创新联盟。

当前，盛虹建成全球首条“二氧化碳捕集利用—绿色乙二醇—功能性聚酯纤维”低碳循环绿色产业链，并创立碳捕集纤维品牌（reocoer 芮控），该项目荣获“国际纺联可持续和创新奖”。该技术捕集工业生产排放的二氧化碳，经过化学反应进一步转化为纤维级乙二醇；并开发直接“酯化-缩聚”以及熔体复合直纺工艺，制备弹性、超细、抗紫外等多种功能性聚酯纤维产品，并成功应用于纺织服装领域，实现碳资源的循环利用，对纺织行业的可持续发展具有引领和示范作用。据测算，利用二氧化碳制造纤维，比原生纤维碳排放降低了 28.4%。

▲ 微纳米镶嵌纺、莱赛尔石墨烯、陶瓷发热……魏桥创业集团携优势产品亮相 2025 德国法兰克福家纺展

1 月 14 日至 17 日，法兰克福国际家用及商用纺织品展览会（以下简称 Heimtextil）在德国法兰克福展览中心举办，魏桥创业集团携家纺优势产品精彩亮相本届展会。

展会首日，在魏桥创业集团党委书记、总经理张红霞的陪同下，中国纺织品进出口商会会长曹甲昌、中国纺织工业联合会副会长杨兆华等领导专程到魏桥创业展位参观指导。领导们认真听取了张红霞对家纺产品的介绍，仔细观看了解了各类展品。杨兆华对魏桥创业在产业升级、产品结构调整方面取得的成绩给予充分肯定，希望魏桥创业继续加大研发投入，提升产品科技含量和附加值，进一步加强品牌建设，提高中国家纺产品在国际市场的知名度和影响力。

展会现场，魏桥创业集团展位以简约时尚的风格展示了微纳米镶嵌纺、莱赛尔石墨烯、陶瓷发热、高清数码印花等各类家纺产品。这些产品秉持绿色环保理念，以独特的工艺与创新设计，吸引了全球客商的广泛关注。

微纳米镶嵌纺系列产品将前沿科技融入其中，功能性与舒适性完美结合，无论是抗菌抑螨的床上用品，还是亲肤透气的家居织物，都展现出卓越品质。莱赛尔石墨烯系列产品借助莱赛尔纤维的天然环保与石墨烯的特殊性能，不仅触感柔软顺滑，还具备良好的远红外发热及吸湿透气效果，为消费者带来全新的体验。高清数码印花系列家纺产品则呈现出美轮美奂的图案，色彩鲜艳、细节逼真，极大提升了产品的视觉美感与艺术价值，充分满足不同消费者对于个性化与时尚家居的追求。

本次 Heimtextil 展会以“纺织连接世界”为主旨，在 16 个展厅楼层内，提供一站式的市场全景体验，涵盖纤维纱线、原材料至成品展示的每一个环节。来自全球 60 个国家的 2900 家参展商，在 4 天时间里共同展示时下趋势主题、最新产品及面向未来的纺织解决方案。

▲ 恒天立信与东华大学签约，共建智能染整远程科教融合一体化实践基地

1 月 12 日，中国恒天立信国际有限公司（简称“恒天立信”）与东华大学签订智能染整远程科教融合一体化实践基地合作协议，开启双方在智能染整领域深度合作的新篇章。恒天立信总经理陈鹏，东华大学副校长陈革，恒天立信国内营业总监秦建程等参加会议。

会上，立信染整机械（广东）有限公司项目经理张爵龙现场演示了智能染整远程科教融合一体化系统，东华大学化学与化工学院副院长毛志平简要介绍了智能染整远程科教融合一体化实践基地筹建过程，双方展开了深入交流与探讨。

陈鹏对东华大学一直以来给予恒天立信的支持表示感谢。他指出，智能染整实践基地是产学研合作的优质平台，能有效整合双方优势资源。期待与东华大学一道，共同推进关键核心技术协同攻关，加快攻关“卡脖子”技术，以技术创新推动纺机行业技术进步。此次合作，恒天立信将通过 SmartCentre 中控系统、远程运维系统、虚拟染厂展示系统等前沿技术，为师生搭建深入了解染整行业实际情况与前沿技术的平台，为实践基地建设提供关键支持。

陈革指出，智能染整远程科教融合一体化实践基地的成立，是东华大学与恒天立信共享校企资源、实现双方优势互补的重要里程碑。希望以此为契机，持续深化战略对接，不断拓宽合作领域，在创新实践教学、行业培训、产学研合作等领域实现双方协作共赢、双向赋能。

▲ 恒申集团与日本化学巨头东丽集团签署战略合作协议，共创绿色发展新动能

1月6日，恒申集团与东丽集团战略合作协议签约仪式在恒申中心顺利举行，恒申集团董事长陈建龙，集团总裁陈忠，集团董事、副总裁梅震，东丽集团 TCH 董事长、驻中国东丽代表三木宪一郎，东丽 TCH 董事、TSD 总经理秦兆琼，东丽 TSD 董事、营业本部本部长石井慎二等领导出席签约仪式。

签约仪式上，恒申集团副总裁梅震表示，早在 2010 年，恒申集团便与东丽集团开展深度合作，建立了深厚的友谊。随后更是在功能性差异化纤维开发、原料供应、技术研发、污水处理等方面建立了全方位、多角度的合作。而今，双方进一步的战略合作将为行业的绿色发展带来新的动能，为实现全球可持续发展目标做出更大的贡献。

三木董事长高度认可恒申集团对环境保护和可持续发展的用心和关注。他指出，恒申 1.0~3.0 阶段的发展历程深刻体现了其坚守初心的力量，这与东丽的发展轨迹不谋而合，即发挥自身优势，在全球发展浪潮中贡献力量。他很高兴看到恒申集团 T2T 项目的进展迈上了新高度，期待双方能进一步深化合作，不畏时代挑战，携手共进，以强强联合的姿态共创更美好的世界。

随后，恒申集团可持续发展战略部副总监、恒新绿色科技总经理蔡凌志，东丽集团 TCH 董事、TSD 总经理秦兆琼分别代表福建省恒新绿色科技有限公司与东丽酒伊织染（南通）有限公司签署了《战略合作备忘录》，恒申集团董事长陈建龙，东丽集团 TCH 董事长、驻中国东丽代表三木宪一郎及参会代表共同鉴签。

据悉，东丽集团是全球领先的高科技材料供应商，业务范围涉猎了纤维和纺织品、高性能化学品、碳纤维复合材料、环境和工程、生命科学等诸多领域，为世界带来了诸多尖端材料和高附加值产品。

此次签约是恒申集团与东丽集团聚焦化学再生项目开展深入合作的重要举措。双方本着优势互补、资源共享、合作共赢的原则，以恒申集团自主

研发锦纶化学再生技术为核心，携手构建再生锦纶 T2T 闭环回收体系，提供废旧纺织品、废塑料循环利用全方位解决方案，持续探索化学再生产品新应用领域，深化战略合作协同。

通过强强联合，打造联合开发技术平台，为全球伙伴提供优质环保再生产品，进一步扩大双方的品牌效应和行业影响力，推动行业向绿色、智能、高效的方向迈进。恒新绿色科技化学再生一期项目将于 2026 年一季度建成，投产后将实现年产 7000 吨的产能，标志着恒申集团在消费后锦纶材料化学法循环利用领域取得关键突破。

未来，双方将以此次合作框架协议签订为契机，继续深化价值链影响力，以品牌推广为基础，从价值链到消费者市场之间建立关联，为实现全球可持续发展目标做出更大的贡献。

▲ 真维斯母公司旭日集团与香港理工大学、惠州学院签约合作，助力大湾区时尚产业发展

近日，真维斯母公司旭日集团与香港理工大学、惠州学院正式签署三方合作框架协议。三方将围绕时装及纺织领域进一步深化合作，推进科研攻关、平台建设和人才培养。

根据合作计划，惠校企三方将通过“内培外引”的策略，为惠州学院旭日广东服装学院师生提供博士研究生进修、访问学者机会及专业培训，不断提升旭日广东服装学院的教研实力，培养高素质应用型人才，促进粤港澳大湾区产学研融合发展。

惠州市委常委、组织部部长黎明，市人大常委会副主任温小林，副市长曲维震，市政协副主席徐毅，香港理工大学常务及学务副校长黄永德，旭日集团副董事长兼总经理杨勋，惠州学院党委书记彭永宏、校长王胜，惠州市委统战部、市教育局、市科技局及大亚湾经济技术开发区管委会等相关负责人出席了签约仪式。

活动现场，香港理工大学代表赵艾琳教授、惠州学院代表陈学军教授、旭日商贸（中国）有限公司副总经理兼真维斯电贸总经理刘伟文先生共同签署了三方合作协议，与会领导、嘉宾共同见证了这一历史时刻。

彭永宏在致辞时表示，此次合作是惠州学院发展史上的里程碑，更是粤港澳大湾区高等教育产教融合的典范。接下来，学校将全力落实“内培外引”

等举措，提升教职员工的学历层次、教学质量、科研能力和管理水平；共同筹划高水平科研项目，推动更多创新性研究成果落地，促进创新链、产业链、资金链、人才链深度融合，为服务地方产业作出新贡献。

黄永德介绍，香港理工大学有 87 年的历史，学校的时装及纺织学院有 65 年历史。在 2024 年软科世界一流学科排名上，纺织科学位列世界第 7 位。接下来，学校将携手惠州学院、旭日集团，通过内部培养和外部引进的策略，提供博士研究生进修和担任访问学者的机会，开展专业培训等，提升惠州学院的教研实力，培养更多优秀人才，助力大湾区经济繁荣发展。

旭日集团副董事长兼总经理杨勋表示，此次校企合作是积极回应粤港澳大湾区发展战略、深化产学研深度融合的又一次创新实践。依托香港理工大学的优势资源，三方将在科研合作、人才培养、层次提升、平台建设及联合办学等领域展开深度探索，为纺织时尚行业注入崭新的活力，为培养具有国际视野、创新精神和实践能力的高素质人才提供有力支撑。

黎明对三方合作表示高度的肯定。他表示，当前，惠州锚定四个定位打造广东高质量发展新增长极，需要更多前沿高校、优秀企业和人才共同参与，此次惠港校企三方协同合作正当其时。他希望香港理工大学和惠州学院探索联合办学新模式，深入推进校企合作、产教融合，推动更多科研成果在惠州落地孵化，引进更多高才、优才，为惠州经济社会发展提供强大智力支持。

值得一提的是，真维斯母公司旭日集团与香港理工大学、惠州学院的缘分由来已久。早在 1985 年，旭日集团就与惠州市政府携手共同开办了“旭日服装职业学校”。它是惠州学院旭日广东服装学院的前身，拉开了旭日集团与惠州学院长达四十年合作的序幕。期间，惠州学院、旭日集团持续邀请香港理工大学的教师参与服装学院的教学指导与管理实践，不断深化校企合作。

经过数十年的发展，如今的旭日广东服装学院是华南地区最具影响力的高素质应用型服装人才培养摇篮。学院 3 次获广东省高等教育教学成果一等奖，拥有国家级和省级特色专业、国家级大学生校外实践基地、省级服装协同创新发展中心等重量级平台，众多毕业生成长为服装行业、时尚产业的业界翘楚。

近年来，旭日集团还与惠州学院共建品牌生态圈协同创新中心，开展跨

学科合作研究,完善人才培养体系,在产教融合的创新探索中实现合作共赢。

▲ 冰雪同梦,亚洲同心!北服团队设计的火种采集及传递服装闪耀哈尔滨 第九届亚洲冬季运动会

1月20日上午,第九届亚洲冬季运动会(以下简称“亚冬会”)火种采集及传递仪式在哈尔滨隆重举行,点燃了全国人民对亚冬会的热切期盼之情。由北京服装学院服装艺术与工程学院运动服装设计专业杨慧副教授带领研究生团队与官方赞助商361°企业联合设计制作的主题为“向阳而生”的火种采集使者、火炬手和火炬护跑手等服装也随之亮相,象征着文明光芒的亚冬会火种采集及传递的系列服装已然在冰雪之中勾勒出新的城市运动时尚图景。

火种采集使者服装设计

作为亚冬会开赛前重要仪式之一,火种采集意味着此次国际综合性冰雪运动盛会大幕已然开启。活动中9位火种采集使者,身着白色运动服装,手持特制采火工具,脸上洋溢着激动与自豪的笑容。火种采集使者服装以月白色为主色调,与冰雪世界相融成画;整体采用3D立体剪裁技术,H型外套与高弹修身长裤高度贴合穿着者的形体特点;结合上肩结构,确保肩臂充足活动空间,加强服装保型性;去掉服装外层绗缝线迹,外观视觉更加简洁大方;帽里以雅灰色系雪花图案作为点缀,搭配红色羊绒围巾,与亚冬会会场氛围相得益彰。

火炬手服装设计

据悉,即将于2月3日开启的亚冬会线下火炬传递活动中,火炬手服装设计灵感主要来源于黑龙江哈尔滨的地理特征。作为中国最早迎接日出的省份,太阳和冰雪共同造就了哈尔滨独特的自然景观与民俗风情,也为火炬手服装设计提供了文化灵感。阳光普照折射出不同角度形状和光彩,设计团队将光线的神韵之美与服装款式结合,以服装的独特表现语言,抒发了对运动健儿拼搏进取的赞美之情。

火炬手服装被媒体称为“将第一缕阳光穿上身的亚冬会服装”,获得了火炬传递者和大众的高度好评。作为第九届亚冬会8类群体运动服装系列总设计师,杨慧认为“服装设计的背后,不仅是对运动精神的生动描摹,更是对中国文化自信的坚定表达。”

火炬护跑手服装设计

火炬护跑手的服装设计,在图案中蕴含了黑龙江长白山脉与松花江的地形特征,结合现代设计的简约理念,将土地的独特与美丽以线条形式融入细节中。设计团队还别具匠心的在服装中加入取自圣·索菲亚教堂屋顶的“哈尔滨绿”标志性色彩,凸显了亚冬会举办城市的在地文化特征。

亚冬会服装不仅要传达视觉美感,更要确保冬季运动服装的功能性和实用性。作为在寒冬季节举办的国际性体育赛事活动,火炬手及护跑手服装的保暖性与舒适度显得尤为重要。亚冬会赞助企业 361° 与杨慧老师团队共同设计研发,创新性采用“全天候科技叠穿系统”,以外层面料的防风防水性能,抵御外部客观超低温环境影响,中间层发挥以燥绒科技为核心的羽绒保暖技术优势,贴身层凸显速干锁温性能,以确保火炬传递人员在寒冷户外的优适穿着体验感。

亚冬会不仅是冰雪运动的盛会,更是文化交流的舞台。从冰雪塑造的哈尔滨城市之美,到阳光普照的火炬传递者,在圣火传递的 19 天中,将以服装为载体谱写属于中国的冬季运动发展新篇章,让每位参与者都能感受阳光的温暖与力量。

北京服装学院团队设计哈尔滨 2025 年第九届亚洲冬季运动会系列体育运动服装,是学校基于系列奥运会相关服装服饰设计经验,开展科技创新与成果应用的生动实践,体现了校企合作、服务国家需要的显著成效。近年来,学校充分发挥在产业资源整合、服饰文化研究及设计应用、服饰科技研发等方面的优势,建构中国重大赛事与活动中的服饰文化研究体系,在服务国家需要、首都发展和行业转型中取得了众多创新成果。同时,学校积极将国际体育运动赛事文化和精神带入校园与课堂,在重大项目中深化师生历练和人才培养,大力推动产教融合、科教融汇,为探索中国特色时尚领域前沿教育模式、推动高科技体育装备自主创新、彰显新时代中国风采和大国形象作出了贡献。

【联合会工作|行业重要会议及活动】

▲ 中国纺织工业联合会 2024 年度工作总结大会在北京召开

过去的 2024 年是承载希望与机遇的一年,也是充满压力挑战的一年。这一年,全球经济呈现弱复苏,通胀压力有所缓解,我国国民经济保持回升

向好态势，纺织行业运行态势整体趋稳，基本保持在景气区间。2025 年是“十四五”规划的收官之年，“十五五”规划的谋划之年，也是将进一步全面深化改革推向纵深的关键之年。新形势下，全面把握 2024 年纺织全行业经济运行情况对 2025 年工作开展具有重要意义。

1 月 8 日，中国纺织工业联合会 2024 年度工作总结大会在北京召开。会议对 2024 年纺织行业经济运行情况进行了深入分析，对 2025 年行业走势进行了预测和展望；各专业协会代表介绍了各自领域 2024 年行业经济运行情况并对协会重点工作进行了总结，各部门代表介绍了相关工作经验和下一步发展规划。

中国纺织工业联合会会长孙瑞哲，原会长杜钰洲，会领导夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、阎岩、梁鹏程，专家咨询委员会委员贺燕丽、曹学军，监事会成员，以及各部门和成员单位的主要负责人参加了本次大会。

上午的会议由中国纺联副会长端小平主持。

下午会议由中国纺联秘书长夏令敏主持。

中国纺联产业部主任刘欣从 2024 年行业面临的宏观背景、运行主要指标情况以及 2025 年趋势展望三个方面，对我国纺织行业经济运行进行分析并展望未来趋势。

刘欣表示，2024 年全球经济、贸易供需、纤维加工增速均有所放缓，全球经济弱复苏，通胀压力有缓解，我国国民经济保持回升向好态势。纺织行业运行态势整体趋稳，保持在景气区间；生产方面行业产能利用情况良好，多数产品产量正增长，工业增加值增速回暖；内销方面国内市场保持中低速增长，渠道分化明显，线上景气向好；出口方面规模保持恢复性增长，韧性明显，对大部分出口市场表现较好，国际市场份额稳定，竞争对手国出口增长较快，跨境电商销售成绩亮眼；投资方面实现稳定增长，技改升级是投资主要动力；质效方面运行质效指标有所改善，产业链大部分环节运行指标实现增长。

展望 2025 年，刘欣表示国际市场预计会保持中低速增长，不确定因素增多，国际供应链采购格局发生重大调整，贸易保护主义风险提升；国内市场需求预期或有所改善，相关政策协同发力。

中国纺织经济研究中心主任、中国纺联产业经济研究院院长华珊就纺织行业“十五五”规划前期研究情况进行了汇报。2025年是“十四五”的收官之年。“十四五”时期，纺织现代化产业体系已初步建立，但依旧存在尚待化解的外部风险和内在矛盾。中国纺织工业联合会对于“十五五”行业发展战略前期研究将重点落实科技、绿色、时尚及健康纺织等内容。目前，中国纺联已设立《纺织工业“十五五”发展战略研究》组织架构，发布进度时间表，征集并统计专题研究题目及方案。预计将于2025年9月完成《纺织行业十五五“发展战略研究》综合报告。

中国棉纺织行业协会副会长景慎全作棉纺行业经济运行分析及重点工作总结。

中国毛纺织行业协会会长刘家强作毛纺行业经济运行分析及重点工作总结。

中国麻纺织行业协会会长董春兴作麻纺行业经济运行分析及重点工作总结。

中国丝绸协会副会长刘文全作丝绸行业经济运行分析及重点工作总结。

中国化学纤维工业协会副会长兼秘书长关晓瑞作化纤行业经济运行分析及重点工作总结。

中国印染行业协会会长林琳作印染行业经济运行分析及重点工作总结。

中国针织工业协会副会长张希成作针织行业经济运行分析及重点工作总结。

中国家用纺织品行业协会会长朱晓红作家纺行业经济运行分析及重点工作总结。

中国长丝织造协会副会长兼秘书长黄潇瑾作长丝织造行业经济运行分析及重点工作总结。

中国产业用纺织品行业协会会长李桂梅作产业用行业经济运行分析及重点工作总结。

中国纺织机械协会会长顾平作纺机行业经济运行分析及重点工作总结。

中国服装协会副会长杨晓东作服装行业经济运行分析及重点工作总结。

中国纺联流通分会副会长兼秘书长王水元作纺织服装专业市场运行及行业电子商务情况分析。

中国纺联党委办公室主任、纪委办公室主任周腊权通报介绍中国纺联党建、纪检工作。2024 年，中国纺联党委坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，以全面贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神为主线，以巡视工作为契机，深入开展党纪学习教育，扎实开展了各项工作。

中国纺联信息化部主任殷强以“行业数字化转型推进及人工智能的应用”为题进行分享。

中国纺联科技发展部主任张传雄就行业科技创新及科技成果转化的情况进行分享。

中国纺联社会责任办公室副主任胡柯华以“发达国家 ESG 政策影响与中国纺织服装产业应对实践”为题进行分享。

中国服装设计师协会执行主席杨健以“以文化为引领，以设计为核心积极培育时尚创意产业新质生产力”为题，从四个方面介绍了中国服装设计师协会的重点工作。

中国纺织工程学会理事长伏广伟以“以会员为中心 强化平台作用 建设世界一流科技社团”为题，介绍了纺织工程学会开展的一系列工作，并提出了建设一流学会的相关看法。

中国纺联秘书长夏令敏着重强调说，中国纺联需进一步强化内部管理建设与规范化运行，确保所有行动均遵循法律章程。回顾过去一年，联合会在加强自身建设方面取得了一系列成绩，可以总结为以下几个“度”：协会内部管理有制度、联合舰队协同有温度、人才队伍建设有力度、行业现代化建设工作有深度。未来，联合会将继续加强制度建设，以期在服务行业中不断壮大自身。

中国纺联会长孙瑞哲以“守正创新，勇毅前行，共赴锦绣未来”为题，作 2024 年度工作报告。2024 年是充满压力挑战的一年，更是承载希望与机遇的一年，纺织行业在不确定中树立确定的信念，实现恢复性增长态势。这一年，中国纺联始终坚持党的领导，按照习近平总书记对社会工作的重要指示精神，全面贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神，以党纪学习教育为契机，统一思想意志、统一目标行动，落实改革、开展服务、增进价值。纺织现代化产业体系建设取得积极进展，在稳定宏观经济中发挥了建设性作用。

孙瑞哲表示，2024 年的工作卓有成效。中国纺联通过加强内部建设，协会更加团结有力；做好分析研判，研究能力不断提升；化解主要矛盾，产业价值充分彰显；提升创新效能，内生动力更加强劲；完善产业体系，转型升级卓有成效；促进国际合作，全球发展打开局面；优化空间布局，服务国家区域战略。接下来，中国纺联将团结高效、合作共赢作为成事之基，在主题关联、场景关联、产业链关联中深化合作，实现资源共享，价值协同。

当前，行业服务面临着新的规制和要求，协会要加快形成新的认识论与方法论，要与时俱进，在市场环境、产业质态、空间格局变化中思考行业服务。适应市场主体、消费内容变化，把握科技规律、深挖时尚内涵、擦亮绿色底色、树立健康理念，以“圈”的思维提升区域协同性，以“点”的思维强化城市引领性，以“链”的思维培育集群专业性。今后，中国纺联要牢牢把握新时代社会工作中协会工作的方向，强化党建引领，更加突出协会的政治属性；强化群众路线，更加突出协会的为民情怀；强化服务意识，更加突出协会的专业优势；强化纪律约束，更加突出协会的组织建设。

2025 年是“十四五”规划的收官之年，“十五五”规划的谋划之年，也是将进一步全面深化改革推向纵深的关键之年。中国纺联要认真落实稳中求进、以进促稳、守正创新、先立后破、系统集成、协同配合的工作要求，不断提升行业工作的前瞻性、整体性、协同性，围绕科技、时尚、绿色、健康，以钉钉子精神推动行业高质量发展。孙瑞哲强调，要完善协会管理水平，全方位扩大国内需求，推进全面创新发展，建设现代产业体系，融入全球产业生态，构建区域发展空间，提升研究服务能力，引导企业健康发展。

最后，大会举行了隆重的表彰仪式。中国纺联副会长徐迎新宣读《关于表彰中国纺织工业联合会 2024 年度先进单位优秀集体和先进工作者的决定》。中国纺织工业联合会科技发展部等 7 家单位获先进单位称号，中国棉纺织行业协会市场发展部等 14 个部门获优秀集体称号，周晓松等 59 名同志获先进工作者称号。

▲ 寒冬盛放，2025 中国纺织品服装贸易展览会（纽约）璀璨举行

1 月 21~23 日，尽管此前的一场大雪让纽约的气温下降到-12℃，但丝毫没能影响中国纺织品服装贸易展览会（纽约）暨纽约 Texworld 服装服饰面料展(Texworld New York City)和纽约国际服装采购展(Apparel Sourcing

New York City) 在美国纽约贾维茨展览中心熙光启航。

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

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

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

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

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

本届展会通过一系列精彩多元活动,为参展商和观众搭建了一个高效对接和深入交流的平台。

趋势区作为纽约展标志性展示区,每年吸引众多观众到访,本届现场展示 2026 年春夏时尚的 3 大主题:妙趣横生、设计表达与柔和现代主义。

“Trend+”数字展示模式,通过线上平台让展品突破时空限制,延长展示周期,全面提升企业产品的曝光度与宣传效果。同时,Trend+平台还提供当地寄样服务,为企业打通买家沟通的“最后一公里”,助力产品更快触达目标市场,全面提升宣传与销售转化效果。

纽约展现场 3 天将为到场买家及展商带来 10 余场干货满满的权威论坛,涉及行业数据分析、贸易政策解读、时尚趋势发布、可持续发展的应用、人

工智能与设计、未来纺织品供应链的机遇等多个行业专业议题，为到场观众及展商提供全方位、多维度的交流与学习机会，使参展商和买家不仅能达成商业合作，还能通过展会平台获取行业前沿的宝贵信息，从而在全球市场竞争中占据先机。

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

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

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

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

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

▲ 以展促贸，以展强链！第 23 届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会 DIFS (冬季) 成功举行

当地时间 2025 年 1 月 15 日，第二十三届孟加拉达卡国际面料和纱线展览会 DIFS（冬季）在孟加拉达卡国际会议中心（ICCB）成功启幕。

本届展览会由中国国际贸易促进委员会纺织行业分会与 CEMS GLOBAL 集团共同举办，使用孟加拉达卡国际会议中心三个室内馆，共有 150 余家企业参展。开展首日人气满满，纷至沓来的专业观众显示了展会的专业性和当地市场的巨大影响力。自 2001 年创办以来，DIFS 系列展会已成为孟加拉当地最大、最专业和最权威的面料纱线展，冬季展的创办成功填补了孟加拉当地冬季原材料的供应缺口。

孟加拉出口促进局（EPB）常务副主席、孟加拉国服装制造出口商协会（BGMEA）临时主席 Anwar Hossain，中国驻孟加拉大使馆商务参赞宋杨，孟加拉针织行业制造出口商协会（BKMEA）会长 Mohammad Hatem，孟加拉投资发展局秘书长 Dewan Muhammad Humayun Kabir，CEMS GLOBAL 集团董事长 Meherun N. Islam，中国国际贸易促进委员会纺织行业分会副会长张涛等嘉宾出席了当天的开幕式。

开展首日，“投资”一词成为了高频词汇。孟加拉投资发展局秘书长 Dewan Muhammad Humayun Kabir 首先分享了孟加拉当前的整体投资情况。

中国驻孟加拉大使馆商务参赞宋杨在致辞中以详实的数据对比呈现出一个显著趋势：近年来，孟加拉市场在全球外国直接投资（FDI）中的占比逐步下滑，而来自中国的 FDI 份额却稳步上扬。宋杨表示，中国驻孟加拉大使馆会将继续促进中孟两国纺织产业的贸易往来与合作，全力推动双方在该领域的合作朝着更深层次、更具实效的方向迈进。

孟加拉针织行业制造出口商协会（BKMEA）会长 Mohammad Hatem 长期活跃于中孟两国的各类活动之中，深知供应链的重要性。2024 年，BKMEA 以支持单位身份参与了首届新加坡亚太展（APTExPO）。在本届 DIFS 展现场，他热情呼吁并诚挚欢迎更多的中国投资者参与到孟加拉蓬勃发展的针织产业中来。

孟加拉国服装制造出口商协会（BGMEA）作为该国成衣制造业的重要机构，其每一项举措都引领着行业走向。协会 Anwar Hossain 先生同时也担任着国家出口促进局常务副主席，他直言孟加拉当下对投资的急切需求。他在发言中表示，若孟加拉成衣制造业能加强 MMF 面料的生产，或从外部引入相关资源，那么在不久的将来，其服装出口额有望在现有的 450 亿美元基础上至少新增 100 亿美元，实现飞跃式增长。

本届展会平台功能升级，突出表现在信息的高效汇总与及时发布。近年来，孟加拉成衣制造业迅猛发展，“孟加拉制造”在国际上的地位也不断攀升，这促使该行业需要更多信息、人才、技术等方面的资源。来到孟加拉达卡展 DIFS 现场的观众，不仅表达了对产品与贸易方面的需求，还向主办方提出了获取更多投资相关信息的诉求。

为切实满足这一需求，本届孟加拉展特别设立了专业的论坛区，并邀请到孟加拉投资大学（IUB）的 MD Mamun Habib 教授亲临现场，他凭借深厚的行业经验与独到见解，带来了一场针对孟加拉市场投资采购策略的精彩演讲，为参会者提供了极具价值的参考。

CEMS GLOBAL 集团董事长 Meherun N. Islam 女士在开幕式致辞中着重指出，孟加拉达卡展 DIFS 在持续发展中平台功能不断完善。不再仅满足于传统贸易对接，而是变为集投资信息发布与行业交流于一体的综合性平台。这不仅有效促进了上下游企业间的资源共享与深度合作，也展现出强大的发展潜力与广阔前景。

▲ 2025 中国国际面料设计大赛暨第 53 届 (2026 春夏) 中国流行面料入围评审在北京举办

1 月 13 日，2025 中国国际面料设计大赛暨第 53 届 (2026 春夏) 中国流行面料入围评审在北京举行，来自纺织服装权威机构、专业院校和服装品牌的专家们对参评面料进行了多维度、全方面的遴选，并提出了产品创新开发的宝贵建议。

大赛自启动以来，共收到了来自 510 余家企业的 4230 余款参评面料。本届面料涵盖了男装、女装、运动、休闲、牛仔、衬衫、内衣等多个领域，呈现出多样化的设计风格和创新理念。从功能性面料到生态环保面料，从高科技纤维到传统手工艺的结合，每一款面料都凝聚了设计师们的智慧与心血，展现了面料设计的更多可能。

功能性面料在本次评审中占据了重要位置，这些面料不仅具有防水、防风、透气等基本功能，还融入了抗紫外线、抗菌、可降解等高科技元素，满足了消费者对健康、舒适和环保的多重需求。同时，生态环保面料也成为了评审会的亮点之一，这些面料采用生物基材料、再生纤维等环保原料，通过绿色生产工艺制成，为纺织行业的可持续发展注入了绿色原动力。

“本届参赛面料的数量与质量均达到了前所未有的高度，突破了历史记录，这充分展现了行业内外对大赛的热烈响应和高度认可。”中国纺织信息中心创意设计部第一责任人李雷指出，众多参赛企业在提交作品时，不仅局限于产品本身，更将设计与市场紧密相连，提升作品实用性的同时，也为赛事增添了亮点。“未来，我们将希望将大赛打造为持续、动态的产品展示与推荐平台，更好地服务于行业、企业与市场，为推动中国面料行业的蓬勃发展贡献更多力量。”

纺织产品开发中心主任李斌红指出，本届送样的产品充分展现了面料设计领域的蓬勃发展以及全产业链的创新优势。首先，产品更加重视利用新材料和新技术来提升面料的质感、功能性和生态理念，为纺织产业的高质量发展打下了坚实的基础。其次，基于中国纺织面料流行趋势的研究成果转化为企业培训，越来越多的参赛企业能够在产品开发过程中理解和把握流行色彩与纹样，并通过全产业链各工艺环节的综合应用，展示其丰富且时尚的设计能力。第三，在数字化应用方面，无论是人工智能生成设计，还是通过 AI 视觉识别技术实现精准对位数码印花效果，均展现了国际先进的水平。

她进一步阐释，未来中心将持续加强面料企业与服装品牌之间的精确对接，通过构建纺织产品开发数据分析平台，提升企业的产品开发系统创新能力，增进面料企业与服装品牌之间的相互理解，通过专业化、数字化、强交互的渠道，推动产业链上下游的协同创新，实现面料品牌与服装品牌的共赢价值。

“中国企业不断在生态环保技术上取得进展，如 EcoFresh Yarn 和超临界二氧化碳染色技术等创新，显示了中国在少水、无水染色技术上的投入。”纺织产品开发中心副主任陈宝建对大赛中的可持续面料表示肯定，认为产品设计将生态环保材料与功能性需求结合得恰到好处，满足了消费者对舒适、易打理和健康保健的需求。他以一款浅米色原液着色技术面料为例，说明了环保材料如何与时尚设计相结合，展现出其市场价值。

纺织产品开发中心总工程师宋富佳提到，大赛中运动面料的数量和品种日益丰富，且更具时尚感，流行色彩和数码印花等技术广泛应用。他强调，消费市场细分推动面料开发更专注特定需求，如抗静电面料的研发。尽管品牌化纤广泛使用，面料品牌建设仍有提升空间，国内企业可学习国外面料

品牌营销经验。

“以运动服装为例，在采购面料时，我们更倾向于选择具备功能性、富有弹性、质地轻薄且能适用于多种场景的面料。”moodytiger 产品创新总监陈裕翔认为，参评产品在功能性、舒适性等方面表现出色，满足了消费者对高品质面料的需求，但在纱线运用与织造工艺上仍存在可提升之处。

“朗姿主要的品牌定位是时装，因此我们会更关注面料的时尚性是否符合市场需求。”朗姿股份有限公司供应链管理部总监迟庚表示，在印花基础上做绣花或刺绣这类特殊工艺的面料具备独特的时尚竞争力。此外也有很多面料将时尚与环保属性结合，在增进产品附加价值的同时，也契合了可持续的发展理念，拓展了面料在终端市场的应用空间。

作为内衣品牌的设计师，爱慕股份有限公司研发中心材料开发副总监董远远指出，她首要关注的是面料的轻薄程度以及手感的细腻度，参评产品中一款棉纺面料引起了她的注意，产品突破了传统低支产品的粗糙手感，并在图案纹样上实现了提升。同时，她也关注到了众多优质的牛仔面料，期望未来能有企业拓宽思路，实现“破圈”多场景应用，通过减少水洗或提升染色技术，使牛仔面料更适合用作内衣面料。

近年来，国潮风盛行，面料领域的创新层出不穷，肌理再造、褶皱处理、刺绣工艺及宋锦元素等备受追捧。白领时装有限公司首席设计师付奎发现了众多融合这些元素的参评产品，也是品牌选择的重点。“白领品牌的产品在面料选择上既要避免过于保守而显得老气，又要防止过于夸张而失去分寸，力求在时尚与得体之间找到完美平衡。他认为，面料企业应更加注重与品牌的沟通，共同推动面料产品的商业落地。

中国十佳时装设计师兼 ANNB00 品牌主理人安博指出，本届参评的面料在色彩运用上展现了独特的匠心与创新，与流行趋势高度一致。在面料的生产过程中，他特别注重面料颜色的精确校对。作为独立设计品牌，他期望为消费者提供具有创新理念的产品，这类概念服装将更多地融入新型面料制造技术，采用新颖且具有趋势引领性的材料。

中国纺织信息中心流行趋势部第一责任人李晓菲从时尚需求、色彩应用等维度对《2026 春夏中国纺织面料流行趋势》进行了解读。她表示，本次参赛企业对色彩和质感的运用变得更加熟练，品牌意识的增强促使企业对于

面料开发更加重视。企业正从时尚科技、消费者需求和可持续性三个维度进行创新。供应商与品牌之间的互动增多，进一步促进了面料企业对材料的重视持续提升，为面料色彩和质感的多样性以及新材料的运用带来了更多的创新可能。

“在面料开发环节，我认为产品开发应当在审美层面紧密接轨国际创新趋势，深度融合前沿设计理念。与此同时，工艺的雕琢也不容忽视，需着力达成工艺与视觉呈现之间的精妙平衡。”中国十佳时装设计师、ZIFEI WANG 创始人兼创意总监王紫菲认为，面料设计是服装设计的基石，只有具备独特创意和高品质的面料，才能打造出具有时尚感和竞争力的服装产品。

“从参评作品中不难看出，当前越来越多的企业开始从源头关注生态可持续性。”北京服装学院设计与工程学院教授王永进指出，天然纤维、生物基纤维与再生纤维的结合得以更加充分的应用，麻纤维与丝绸、羊绒等纤维的混纺面料在服用面料中的应用也更为广泛。他建议，纺织企业应更加重视从终端市场需求出发进行产品研发，并可在色彩应用上可以更加大胆地追求流行趋势，为设计师提供更多前端选择。

对于参评作品，清华大学美术学院染织服装艺术设计系副教授张红娟谈及两点体会：一是多种工艺相互交融，在面料表面处理上效果突出；二是企业对流行趋势把握精准。从对未来趋势的洞察来看，国内面料在色彩设计等方面，不仅紧跟潮流，还能起到引领作用。她认为企业应把新技术和外观设计结合起来，先深入研究新技术特性，再巧妙融合美观设计找到平衡。

中国国际面料设计大赛构筑了一个集结纺织行业创新成果、推动交流合作的高端平台，为面料设计的未来勾勒蓝图。大赛不仅是对中国纺织产业链创新成果的集中展现，更是对产业未来发展动向的预测与引导。在产业科技、人工智能的强劲推动下，面料设计必将以其独特的魅力和不竭的创新活力，持续引领行业新质发展。

本次评审会评选出了金奖、银奖、铜奖三项综合奖及最佳色彩应用大奖、最佳材料应用大奖、最佳纹样创意大奖、最佳科技创新大奖、最佳生态环保大奖、最佳市场应用大奖等六项单项奖。据了解，本届大赛的获奖结果将于2月揭晓，获奖产品将于3月在intertextile面辅料展的“中国纺织面料流行趋势发布区”进行静态展示与推广。

【联合会工作|联合会建设】

▲ 中国纺联党委召开 2024 年度基层党组织书记抓党建工作述职会

2025 年 1 月 9 日下午，中国纺联党委召开 2024 年度基层党组织书记抓党建工作述职会。中国纺联党委副书记、会长**孙瑞哲**，领导班子成员**夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、杨兆华、阎岩**以及中国纺联党委委员、纪委委员，各直属基层党组织书记，各部门、各单位主要负责人，党员、群众代表等 70 余人参加了会议。中央社会工作部三局二处**党尚昆**同志到会指导。会议由党委副书记**陈伟康**，纪委书记**王久新**主持。

会议首先对中国纺联党委主要负责人进行民主测评。中央社会工作部三局二处**党尚昆**具体介绍了 2024 年全国性行业协会商会基层党组织书记抓党建工作测评表的填写要求、测评内容，全体参会人员围绕党的政治建设、思想建设、组织建设、作风建设、纪律建设、制度建设及重点工作等方面以不记名的方式对党委主要负责同志进行了打分测评，并将测评表上交至全国性行业协会商会党委。

2024 年度的基层党组织书记抓党建工作述职会分为现场述职和书面述职。中国纺联党委副书记、会长**孙瑞哲**，中国纺联党委副书记**陈伟康**共对 9 个各基层党组织书记的现场述职和 23 个基层党组织书记的书面述职报告进行了点评。

中国产业用纺织品行业协会党支部书记**李桂梅**、《纺织服装周刊》杂志社党支部书记**徐峰**、《中国纺织》杂志社党支部书记**徐红**、中国服装协会党总支部书记**陈大鹏**、中国纺织出版社有限公司党委书记**郑伟良**、中国家用纺织品行业协会党支部书记**朱晓红**、中国纺织机械协会党支部书记**顾平**、中国纺织信息中心党委书记**阎岩**、中国纺织建设规划院联合党委副书记**冯德虎**进行了现场述职。

中国纺联第二联合党支部书记**叶志民**、中国纺联第四联合党支部书记**周腊权**、中国纺联第七联合党支部书记**王加毅**、中国纺联第九联合党支部书记**董春兴**、中国棉纺织行业协会党支部书记**董奎勇**、中国丝绸协会党支部书记**钱有清**、中国针织工业协会党支部书记**林云峰**、中国纺织教育学会党支部书记**倪阳生**、中国纺织职工思想政治工作研究会党支部

书记**邢冠蕾**、中国纺联流通分会党支部书记**王水元**、中国纺织工程学会党支部书记**伏广伟**、中国纺联第一联合党支部书记**李振洁**、中国纺联第三联合党支部书记**朱超**、中国纺联第五联合党支部书记**华珊**、中国纺联第六联合党支部书记**端小平**、中国纺联第八联合党支部书记**张传雄**、中国毛纺织行业协会党支部书记**刘家强**、中国印染行业协会党支部书记**林琳**、中国服装设计师协会党支部书记**谢方明**、中纺网络信息技术有限责任公司党支部书记**殷强**、中国流行色协会党支部书记**朱莎**、中国纺织工业企业管理协会党支部书记**杨金纯**、中国国际贸易促进委员会纺织行业分会党总支书记**梁鹏程**进行了书面述职。

各基层党组织书记依照中国纺联党委《关于开展 2024 年度中国纺联基层党组织书记抓党建述职评议考核工作的通知》和上级有关工作要求，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大和二十届二中、三中全会精神，全面贯彻落实中央社会工作会议精神，严肃党内政治生活，落实管党治党政治责任，突出重点，实事求是，推动全面从严治党向纵深发展，促进党建工作质量不断提升。各基层党组织书记仔细梳理了 2024 年开展党建工作的情况和上年度整改承诺，实事求是分析本人抓党建的履职情况，提出了下一步需要继续加强改进的方面及工作思路和目标。

述职会现场严肃认真，各基层党组织书记围绕落实 2024 年党建重点工作任务，认真总结。重点以党的政治建设为统领，落实相关制度及要求情况；党纪学习教育及全面贯彻落实意识形态工作责任制，加强意识形态阵地管理情况；落实“两个覆盖”攻坚及“三会一课”等组织生活制度情况；健全党组织在内部治理中发挥作用机制，履行基本职责情况；落实中央八项规定，推进正风肃纪反腐工作情况；落实党建第一责任人职责，推动履行“一岗双责”情况；上年度查摆问题整改落实情况及有效措施；《党风廉政建设责任书》七个方面责任的落实情况；党建特色亮点工作和存在的不足等方面内容进行了全方位述职。

孙瑞哲会长、**陈伟康**副书记在点评每位基层党组织书记的述职时认为：中国纺联党委 32 个直属基层党组织书记都能够严肃认真负责地对待述职考评，这既是一次对基层党建工作全面深入的盘点，也是一次对基层党组织书记履职能力的深入检验。大家认真梳理了 2024 年开展的党建工作、本人的

履职情况，剖析了存在的问题，规划了新一年的工作重点，对下一步的党建工作具有很好的推动作用。

会议严肃认真，点评实事求是，既肯定了各位书记的工作成绩，也实事求是地指出了各基层党组织工作中的不足和问题，点出亮点，提出问题。对部分基层党组织书记加强党建工作与业务工作进一步融合；党建创新力度提升，活动形式进一步丰富；各基层党组织之间加强联学联建；党员教育管理的实效性还有待进一步增强等方面点出了问题和不足，提出了建议意见，明确了努力的方向。

孙瑞哲会长在总结讲话中指出，大部分基层党组织书记能够深刻认识到党建工作的重要性，在履行党建工作第一责任人职责方面做了许多工作，并取得一定成绩。这主要包括以下三个方面：**一是政治意识不断增强。**在落实国家产业政策、推动行业发展等重大任务中，基层党组织充分发挥战斗堡垒作用，广大党员展现出较强的政治担当，做到了与党中央保持高度的一致；**二是基层党建工作逐步规范。**各基层党组织“三会一课”制度得到较好的执行，主题党日活动形式多样且富有意义，党组织生活更加严肃活泼。党员发展、教育和管理的工作逐步走上正轨，党费收缴、党组织关系转接等工作更加规范有序；**三是党建引领作用较为明显。**各基层党组织能够将党建工作与中心工作不断融合，积极开展联建共建活动，有效整合各方资源，形成合力，推动党建与业务工作的深度融合，提升整体工作效能。

对于下一步工作重点，孙瑞哲会长提出四点要求：**一是要进一步提高政治站位，切实履行党建工作主体责任。**基层党组织书记要进一步强化政治担当，切实履行好党建工作第一责任人的职责；把党建工作纳入基层党组织的整体工作布局，与中心工作同部署、同落实、同考核；明确党建工作目标任务，制定详细的工作计划；加强对党建工作的组织领导和协调指导，定期研究解决党建工作中的重大问题。**二是要进一步创新党建工作方式方法，提高党建工作活力。**各基层党组织要积极探索创新党建工作的方式方法；充分利用新媒体、新技术，打造党建工作新平台；注重发挥党员的主体作用，提高党员参与党建工作的积极性和主动性；加强党建工作与文化建设、社会治理等工作的融合。**三是要进一步加强分类指导，促进党建工作均衡发展。**

对于党建工作薄弱的基层党组织，要加大指导力度，帮助其查找问题、制定措施、改进工作。对于建制形式不同的基层党组织，要根据规模特点，制定相应的党建工作标准和要求，推动各基层党组织党建工作协调发展。**四是要进一步加强党员教育管理，提高党员队伍素质。**基层党组织要严格执行“三会一课”、主题党日、民主生活会、组织生活会等制度，进一步加强对党员的日常教育管理。要丰富党员教育内容，创新党员教育方式，提高党员教育效果。

会议最后，现场填写《2024 年度基层党组织抓党建工作述职测评表》，对 32 位书记以“好、较好、一般、差”四个等级进行了考核测评。

（党委办公室供稿）

▲ 中国纺联党委召开学习党的二十届中央纪委四次全会精神专题学习会暨 2025 年理论学习中心组第一次学习会

2025 年 1 月 17 日上午，中国纺联党委召开学习党的二十届中央纪委四次全会精神专题学习会暨 2025 年理论学习中心组第一次学习会。中国纺联党委副书记、会长孙瑞哲，领导班子成员夏令敏、陈伟康、王久新、徐迎新、陈大鹏、李陵申、端小平、阎岩、梁鹏程以及中国纺联党委委员、纪委委员，监事会负责人，各直属基层党组织书记，各部门、各单位主要负责人，中国纺联工会正副主席，团委书记，各直属基层党组织纪委书记、纪委委员、纪检委员等 60 余人参加了会议。会议由党委副书记陈伟康主持。

落实“第一议题”制度。中国纺联党委认真落实“第一议题”制度，参会人员集体学习 2024 年 12 月 16 日出版的第 24 期《求是》杂志中习近平总书记的重要文章《深入推进党的自我革命》的具体内容及精神。

集体学习党的二十届中央纪委四次全会精神。在二十届中央纪委四次全会上，习近平总书记着眼于实现新时代新征程党的使命任务，深刻阐述纵深推进全面从严治党、正风肃纪反腐一系列根本性方向性全局性重大问题，对深入推进全面从严治党作出战略部署。全体参会人员认真学习《习近平在二十届中央纪委四次全会上发表重要讲话》、《中国共产党第二十届中央纪律检查委员会第四次全体会议公报》、习近平总书记在二十届中央纪委四次全会上重要讲话精神现场访谈等重要内容，使大家正确认识当前反腐败斗争的形势和任务，进一步巩固深化党纪学习教育成果。

党史学习教育。党的历史是最生动、最有说服力的教科书。会上，中心组成员集体观看了党员教育电视片《党史中的纪律》第二集《做政治上的明白人》。影片展现了从延安整风运动开始，党中央对政治纪律的重视与坚守。先辈们严守党的纪律，为大家树立了榜样。作为一名共产党员，要时刻保持政治清醒，坚定信念，严守底线，在新时代传承红色基因，为党和人民事业不懈奋进。

警示教育学习。深入开展警示教育，是党纪学习教育的重要内容，也是推动思想之弦持续绷紧，让清风正纪之声“声声不息”的重要抓手。以案为鉴，以案明纪，大家集体观看了电视专题片《反腐为了人民》第四集《以案促改促治》。片中一个个案例触目惊心，不仅彰显腐败危害，也彰显了党深挖根源、标本兼治的决心。通过剖析典型案例，既能阻止更多人重蹈覆辙，也能优化政治生态。作为党员，要时刻自省，绷紧廉洁自律这根弦，严守党纪国法，积极参与和支持各项廉政举措，为营造廉洁社会、保障人民福祉贡献自己的力量。

中国纺联纪委书记**王久新**就学习二十届中央纪委四次全会精神进行总结。王久新讲到，习近平总书记明确要求强化全面从严治党主体与监督责任。全会提出 2025 年的八项任务：**一是**围绕党的二十届三中全会重大部署强化政治监督，着力推动进一步全面深化改革、推进中国式现代化行稳致远；**二是**巩固深化党纪学习教育成果，着力推动形成遵规守纪、干事创业的良好氛围；**三是**健全不正之风和腐败问题同查同治机制，着力推动正风反腐一体深化；**四是**持续深化整治群众身边不正之风和腐败问题，着力推动改革发展成果更好更公平惠及广大人民群众；**五是**坚守政治巡视定位，着力推动巡视更加精准发现问题、有效解决问题；**六是**深化落实纪检监察体制改革任务，着力推动完善党的自我革命制度规范体系；**七是**强化全面从严治党政治责任，着力推动严的基调一贯到底；**八是**开展“纪检监察工作规范化法治化正规化建设年”行动，着力推动纪检监察铁军建设再上新台阶。

中国纺联广大党员干部要认真学习习近平总书记重要讲话和二十届中央纪委四次全会精神，做好本职工作，按照中央社会工作部的具体安排，保持以党的自我革命引领社会革命的高度自觉，压实全面从严治党政治责任，发挥探头作用，发现问题及时处置，为建设纺织强国贡献力量。

会上，中国纺联党委副书记**陈伟康**就近期中国纺联各基层党组织开展民主生活会、组织生活会和民主评议党员、党员学习教育、基层党组织“两化”建设等党建工作进行了布置并提出具体要求。

最后，中国纺联党委副书记、会长**孙瑞哲**做总结讲话，他指出，中国纺联党委今天围绕二十届中央纪委第四次全会精神开展集体学习，目的就是要引导全系统把学习贯彻二十届中央纪委四次全会精神与深入学习贯彻党的二十大和二十届二中、三中全会精神结合起来，紧密围绕党和国家中心任务，聚焦纺织行业和中国纺联的职责使命，坚定不移推进全面从严治党，持续营造风清气正、干事创业的良好政治生态，切实把思想和行动统一到党中央决策部署上来。2025年是“十四五”规划的收官之年，“十五五”规划的谋划之年，也是将进一步全面深化改革推向纵深的关键之年。面对艰难险重，我们要始终保持必胜的信念，在强有力的纪律约束下，每名党员、每名干部都表现出忠诚干净担当。围绕纪律建设主题，结合中国纺联系统实际，**孙会长**提出三点要求：

一是要坚持用改革精神和严的标准管党治党，确保党的二十大和党的二十届三中全会部署落地落实。与新中国一同成长的中国纺织工业始终是严守政治纪律的典范，一直以来都坚决维护党中央权威和集中统一领导，坚决贯彻落实党中央的各项历史性决策部署，始终成为中国特色社会主义事业的骨干建设力量。肩负引领全行业发展的中国纺联党委要更加深刻理解“守正”与“创新”的关系，做好把稳方向、突出实效、全力攻坚。中国纺联各基层党组织要迅速布置开展，认真组织广大党员学习领会党的二十届中央纪委四次全会精神，切实将对此次会议精神的学习结合到2024年度民主生活、组织生活会会前的学习之中。

二是要强化全面从严治政政治责任，推动构建全面从严治党体系。中国纺联各级领导干部切实履行好“一岗双责”，各基层党组织认真领悟并忠实履行管党治党责任。各责任主体都做到知责、担责、履责，持续推动全面从严治党向基层延伸。截止目前，巡视整改工作已经进入六个月集中整改时限的后半程，对于有整改任务的部门、单位要进一步加强整改落实，没有整改任务的，也要积极地与党中央和中社部的要求对标对标，提高政治站位，重视责任落实，完善监督体系，加强风险防范，系统加强全面从严治党体系建设

设。

三是要深化巩固党内学习教育成果，坚持党性党风党纪一体抓。习近平总书记强调，加强党的纪律建设是一项经常性工作，要引导党员、干部把他律转化为自律，内化为日用而不觉的言行准则。今年在党委民主生活会会前征求意见环节，有些部门单位提出了要加强年轻干部的培养，其中用严明的纪律给年轻干部们“系好第一粒扣子”也应是年轻干部培养的关键一环。通过党性党风党纪一体抓，在党性淬炼、纠风治弊、严明执纪上一体发力、综合施策，共同锻造提升中国纺联党员干部职工队伍干事创业的凝聚力和战斗力。

春节将近，各级党组织要发挥好领导作用，及时研究、提前准备、系统布置好有关节日慰问工作，切实将党的关心温暖送到党员、群众心坎上。同时要严明纪律，自觉严格遵守中央八项规定精神，做好风险防范，确保度过一个平安祥和的春节。（党委办公室供稿）

【联合会工作|各部门、各成员单位工作动态】

▲ 2025 纺织服装渠道变革圆桌对话会在广东虎门召开

1月16日，由中国纺织工业联合会流通分会主办，广东奥丽控股有限公司、广东虎门富民集团有限公司协办的“聚焦渠道变革，赋能模式创新——2025 纺织服装渠道变革圆桌对话会”在广东虎门成功举办。

相关领导以及来自全国纺织服装流通领域重点成员单位参加了此次会议，共同探讨在渠道变革背景下，纺织服装流通产业模式创新的新思路与新方向。

本次会议由中国纺织工业联合会流通分会副会长兼秘书长王水元主持。

当前，中国经济正处于深化改革、释放发展潜力的关键阶段。中央经济工作会议明确指出，扩大内需是战略之举，提振消费是重中之重。纺织服装产业作为国民经济的重要组成部分，正面临着产业与消费“双升级”的重要机遇。然而，随着消费需求的日益多样化，传统渠道模式已难以满足市场需求，渠道变革与模式创新成为行业特别是流通领域发展的核心议题。

会上，中国纺织工业联合会流通分会会长徐建华做了《立足新阶段，践行新文明，共建专业流通新生态》的专题报告，他指出，随着新生代消费者的崛起，消费者更加注重个性化、即时性和体验化，这不仅重塑了消费者的

购物习惯，也对行业的渠道变革提出了新的要求。在这样的背景下，电商平台虽然在一定程度上满足了消费者的需求，但也暴露出一系列问题，尤其是低价竞争和信任危机。他特别提到，直播电商的兴起虽然带来了流量红利，但长期来看，低价策略对品牌和产业的伤害不容忽视。这种以低价为核心的竞争模式，不仅削弱了品牌的溢价能力，还可能导致产业生态的恶化，与消费革命中消费者对品质、服务和价值观的追求背道而驰。

那么，如何在渠道变革中破局？徐建华强调了“商业新文明”的构建。他认为，未来的商业竞争不仅仅是产品和价格的竞争，更是服务、体验和价值观的竞争。互联网时代，消费者已经成为真正的“上帝”，行业必须回归商业的本质，真正尊重消费者，提供切实的解决方案，而不是通过算法和套路去“设计”消费者。

为此，他提出了几点应对策略：一是重构价值，专业市场要重新定位自己的角色，发挥集散、孵化和服务的作用；二是重塑定位，找到自己的细分市场 and 垂直赛道，走专业化、差异化的发展道路；三是接受常态，坦然面对行业的调整期，保持耐心和定力；四是坚持长期主义，专注于价值创造，构建可持续的竞争力；五是推动融合创新，借鉴零售业的成功经验，打造场景化、体验化的消费空间。

与会期间，来自流通领域的多位行业领军企业的负责人分享了他们在渠道变革中的实践经验。

广东奥丽控股有限公司董事长翟志辉介绍了企业创新发展历程，表示未来将不断拓宽创新领域和深化创新层次，推动集团产业转型升级与可持续发展。

虎门富民集团有限公司党委副书记、总经理黄堪军谈了对虎门服装产业的一些想法，他表示，未来希望打造虎门时装的体验地，集中展示虎门服装产业实力，形成虎门时装独有 IP，进一步提高虎门服装影响力。

武汉硚口区汉正街道党工委书记张波分享了汉正街市场的四个转变，分别是线上销售转变为线下实低价、从走量销售转变为做品质提高单品利润率、从打造单个爆品转变为做好垂直细分领域、从产品输出转变为企业 IP 输出。

广州白马商业经营管理有限公司党支部书记、董事长黄秋权分享了白马

服装市场在转型升级中的实践与思考。他谈到，白马通过加强新媒体运营，借助直播、电商的拓展，设计师品牌孵化等，增强市场黏性和采购吸引力，为市场注入新的增长动力。

广州红棉中大门执行总经理杨志雄分享了中大门在项目空间升级、产业链整合、数字化转型、品牌服务等多个方面的探索，通过重构产业生态，推动面料、设计、成衣与渠道的深度融合，助力中大商圈的价值提升。

成都恒达天晟商业管理有限公司董事长周琪坦言，九龙广场作为二批市场正从传统的批发模式向零售主导转型，市场通过打造“九龙郡主”IP形象，结合自媒体运营和数字转型，提升市场品牌影响力。此外，市场还推动房东与经营户联营模式，提升市场活力。

郑州银基商贸城有限公司总经理苗俊雅分享了银基广场在渠道变革中的创新实践。银基广场面对电商冲击及行业环境变化，通过品牌化、平台化和线上线下融合，推动市场转型升级，全力推动了中部地区服装产业的高质量发展。

新凡人集团董事长鲁燕表示，企业品牌生根于专业市场，未来凡人将门店升级为下沉式平价时尚体验店，打造极致性价比的品牌店，满足消费者需求，推动流通领域高质量发展。

其他参会代表也就各自市场所做的创新发展实践进行了自由交流，并对流通分会的工作提出了建议。

当前纺织服装行业正进入新的发展阶段，传统的规模扩张模式已难以为继，专业市场作为连接“千家万户小生产”和“千变万化大市场”的重要组织形式，必须抓住渠道变革的机遇，创新发展模式，构建更加高效顺畅的产业流通体系。

会上，广东省服装服饰行业协会执行会长卜晓强介绍了广东省服装服饰产业发展情况以及红棉国际时装城发展，他指出，创新升级、融合发展和交流对接是专业市场高质量发展的三大利器。近年来，红棉国际时装城通过“沉浸式消费”模式，推动“科产商文旅”融合发展，优化采购环境；同时助力中国设计师品牌出海，通过国际时装周和快闪店等形式，推动中国设计走向全球。此外，红棉还通过打造数智化时装周，推动“即秀即播即买”模式创新，加速数实融合，引领时尚产业数智化升级。卜晓强表示，红棉将继续以

创新为驱动，推动行业高质量发展。

中国纺织工业联合会秘书长夏令敏在总结讲话中强调了商业本质、AI 技术应用以及创新变革的重要性。他指出，商业的核心在于为消费者提供有品质的产品和服务，胖东来的成功经验表明，坚持为消费者提供优质产品是商业成功的关键。无论是批发还是零售，都应围绕这一核心逻辑展开，确保商家能够盈利并形成良性循环。

夏令敏还提到，AI 技术在产业中的应用已成为不可忽视的趋势。尽管 AI 目前尚不能完全替代人力，但其在提升效率、优化运营方面的潜力巨大。他呼吁行业积极拥抱 AI 技术，推动数字化转型，尤其是在直播、线上销售等新兴渠道中，AI 的应用将带来更多可能性。

关于创新变革，夏令敏提出三点建议：一是关注存量与增量的关系，通过创新盘活现有资源并开拓新市场；二是平衡品质与价值，确保产品品质提升的同时，实现品牌溢价和服务增值；三是推动线上线下一体化运营，结合技术进步，实现多渠道融合发展。他强调，专业市场在未来发展中仍将扮演重要角色，但必须通过创新和变革适应新的市场环境，才能实现可持续发展。

▲ “数”说纺织：2024 年 1~11 月



纺织企业工业增加值

1~11月，规模以上纺织企业工业增加值同比 4.4%，较上年同期

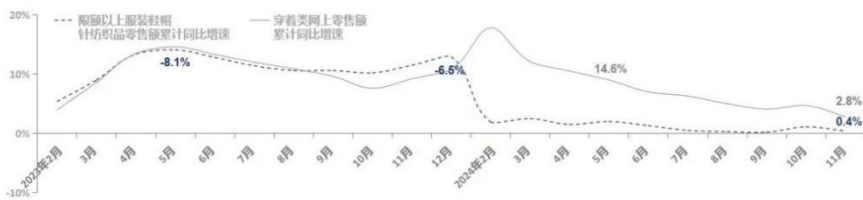
6.0个百分点。



内需市场销售

1~11月，全国限额以上服装、鞋帽、针纺织类商品零售额为13073.0亿元，

同比 0.4%，较上年同期 11.1个百分点。



全国穿类商品网上零售额同比 2.8%，较上年同期 6.4个百分点。

纺织品服装出口

1~11月，纺织品服装出口总额为2730.6亿美元，同比 2.0%，较上年

同期 10.9个百分点



企业经济效益

1~11月，规模以上纺织工业

营业收入同比 4.2%，利润

总额同比 9.0%，营业收入

利润率3.6%，较上年同期

0.2个百分点。



固定资产投资

固定资产投资完成额累计同比增速



▲ 数读 2024 | 盘点全年中国纺织行业对外贸易表现



▲ 2024 年化纤行业十大新闻发布

01、华峰千禧 · 中国纤维品牌联动创享汇品牌发布会亮相中国国际时装周

2024 年 9 月 6 日，由中国化学纤维工业协会主办、华峰化学股份有限公司独家冠名的纤维品牌 IP 活动——“华峰千禧 · 中国纤维品牌联动创享汇”在 SS2025 中国国际时装周上举行首场品牌发布会。

基于全行业对品牌建设重要性的共识，作为此次发布会的重磅环节，纤维品牌库正式启动。通过企业自主申报及对标《中国纤维品牌评价指标体系团体标准（T/CCFA 02012-2023）》确定，“千禧”、“盛虹”、“桐昆”、“白鹭”、“唐丝”、“泰和新材”、“HSCC 恒申”、“德福伦”八个纤维品牌成为首批入库品牌。随后的“未来运动美学全景演绎”泛运动超级大秀，通过前沿材料的创新应用，探索运动时尚的全新边界，展示纤维材料在功能性、舒适性和创意表达上的无限可能。奥运冠军陈一冰携手女儿陈婧祎压轴登场，将现场氛围推向高潮。

发布会从视觉创意、空间打造、秀场演绎等各个环节都以“品牌化”为指引，力图打造一场强记忆点和汇聚中国“纤维品牌”向上合力的热点大秀，从而推动中国纤维品牌实现从纤维产业链到品牌价值链融合的转变。中国纤维品牌建设将吸引更多优质品牌共创全球领先的化纤产业生态圈，共绘中国纤维的美好未来。

02、桐昆 · 中国纤维流行趋势聚变生辉

2024 年 3 月 6 日，“桐昆 · 中国纤维流行趋势 2024/2025 发布会”以“聚变与万象”为主题，发布了纤 · 多元探索、纤 · 回溯自然、纤 · 功能解构、纤 · 极限升级四大篇章九大类流行纤维，共计 29 种新型流行纤维品种，全方位解读入选纤维的绿色环保、科技智能、多元创新、应用拓展等，为产业链上下游企业的战略发展提供趋势指引，也向大众诠释“纤维创造美好生活”的“民生底色”。

发布现场亮点纷呈，AI+裸眼 3D 与主题篇章融合发布，纤维到纺织品呈现“生命之路”，钢琴家/唱作人肖瀛以新古典钢琴演奏+ vocal 的表演，领衔数十套中外定制礼服拉开《万象年华》主题跨界大秀。这场极具东方幻象与西方古典，聚万物之变、呈万象之美的纤维跨界视觉盛宴，是对“聚变

与万象”主题的精准解读，也成为2024年纤维行业稳步前行的风向指引。

作为“中国纤维流行趋势”的重要延伸活动，2024年“纤维之路”的足迹继续迈进北京、广东、浙江、江苏等省市，组织重点化纤企业与数十家下游企业及优质品牌进行交流对接，双向奔赴，有效促进了产业链协同创新及深度融合，实现供需端高效、精准对接。

03、涤纶长丝行业发布高质量发展倡议书

中国化纤产量占全球的70%以上，作为化纤行业的重要组成部分，涤纶长丝产量占到了化纤产量近三分之二。在行业快速发展的背后，一系列问题也逐渐浮现，特别是产能结构性过剩、供需错配风险提升、低价竞争等，这些不仅不利于企业的长远利益，更不利于整个行业的高质量、可持续发展。基于中央经济工作会议五个“必须统筹”精神及涤纶长丝行业发展实际，中国化学纤维工业协会涤纶长丝分会于2024年12月17日发布了“涤纶长丝行业高质量发展倡议书”，从七个具体方面倡导行业强化自律，促进健康发展。即，坚定信心，顺势而为；合作共赢，协同发展；谨慎投资，合理增长；自主创新，提升核心竞争力；守住底线，防止“内卷式”竞争；勇于担当，发挥龙头企业引领作用；增强韧性，推动行业高质量发展。

对于如何推动倡议书落到实处，中国化学纤维工业协会会长陈新伟建议涤纶长丝分会及行业从多方面开展工作：一是加强政策引导与支持；二是推动技术创新与研发；三是拓展市场与应用领域；四是制修订行业标准与规范；此外，要建立定期信息交流机制，开展行业专项课题研究持续推广行业先进技术，持续推进绿色制造、智能制造、品牌建设等工作。

04、化纤行业科技创新再结硕果

2024年6月24日，2023年度国家科学技术奖励大会在北京人民大会堂隆重举行。作为我国最权威的政府科技奖励，国家科学技术奖的颁发是科技界的盛事，备受瞩目。此次大会上，由中国纺织工业联合会推荐，北京化工大学、天津科技大学、天津工业大学、天津泰达洁净材料有限公司合作完成的“聚合物熔体纳米纤维绿色高效制造技术及应用”项目获得了2023年度国家技术发明奖二等奖。

11月12日，2024年度中国纺联科学技术奖励大会表彰了自然科学奖、技术发明奖和科技进步奖共计59项，桑麻学者奖4人。化纤相关领域共有

11 项成果获奖，自然科学奖一等奖 1 项，二等奖 1 项；技术发明奖一等奖 1 项，二等奖 1 项；科技进步奖一等奖 3 项，二等奖 4 项。其中，“机电转换纤维及其织物的能量与湿热管理功能调控”获自然科学奖一等奖；“热湿刺激响应型聚酯纤维及舒适性智能调节织物制造关键技术”获技术发明奖一等奖；“防弹防切割用 UHMWPE 纤维及其轻量化复合材料制备关键技术与产业化”、“聚酯复合纤维熔体直纺工程化技术研发与产业化”、“聚酯纤维全产业链全局可视可析智能大数据平台及集成技术”等三个项目，获科技进步一等奖。

05、2024 yarnexpo 纱线展：两地三展共促纺织高质量发展

2024 年，yarnexpo 纱线展在上海与深圳两地成功举办三场盛会，汇聚了众多优质纤维纱线企业，展示了新材料、新技术、新产品的魅力。从长三角到大湾区，纱线展通过高质量的供给引领消费需求，为纺织化纤产业的高质量发展注入了强劲动力。

3 月，中国国际纺织纱线（春夏）展览会在国家会展中心（上海）拉开帷幕，七大专业展区吸引了来自 11 个国家和地区的 500 余家优质展商。展会期间，新产品、新材料、新技术、新趋势层出不穷，展现了纺织行业的创新活力与蓬勃生机，为“金三银四”的传统旺季增添了更多新意。

6 月，大湾区国际纺织纱线博览会转战深圳会展中心（福田区），集中展示了中国纤维行业在各自细分领域的卓越成就与创新实力。多元的活动与精彩的展示，进一步引领了纺织行业的发展新趋势，提升了大湾区纱线展的综合影响力。

8 月，随着中国国际纺织纱线（秋冬）展览会在上海再次举办，中国化学纤维工业协会携手 200 余家化纤企业，以“中国纤维展”为平台，通过四个主题展区全面展示了纤维端的自主创新与厚植发展的新动能、新优势，为纺织行业的未来发展提供了更多可能性。

06、月球背面那一抹鲜艳中国红——用玄武岩“织”出的国旗

2024 年 6 月 4 日，国家航天局公布了嫦娥六号在月球表面的国旗展示影像，鲜艳的五星红旗再次闪耀月球。这是中国首次在月球背面独立动态展示国旗，也是继嫦娥五号“织物版”五星红旗在月球成功展示后，中国探测器在月球上再次打上“中国标识”。

这面五星红旗采用来自太行山的玄武岩为主的复合材料制造，玄武岩占比62%。武汉纺织大学纺织新材料与先进加工技术国家重点实验室徐卫林院士月面国旗团队联合多家单位，历时近4年，攻克了玄武岩超细纤维纺丝、纺纱、织造及色彩构建等诸多国际难题，首次成功研制出能耐受高真空、高低温循环、强剂量紫外辐照等极端环境条件的“石头版”高品质织物国旗。

在嫦娥六号“石头版”国旗研制的同时，月面国旗团队已经开启了玄武岩纤维拓展到对耐热、阻燃等领域的应用研究，如对阻燃隔热性能要求很高的阻燃防护服装以及高阻燃性箱包等，充分发挥超细玄武岩适应高温等特殊环境的能力。徐卫林院士表示，未来玄武岩纤维作为轻质、柔性防护材料，将在航空航天，如宇航服、太空舱、月球基地等场景会有越来越广泛的应用。

07、碳纤维助力低空领域轻装稳行

2024年3月，“低空经济”首次被写入政府工作报告。当前，低空经济被定义为国家大力发展的新质生产力，伴随着一系列政策红利的持续释放，其产业化进程正加速推进。

碳纤维因其优异的力学性能、轻质高强以及良好的耐腐蚀性，成为低空领域飞行器增强减重、降能增程的关键材料。

无人机作为低空领域的明星产品，其机身、机翼及关键结构部件大量采用碳纤维材料。其中eVTOL飞行器由于是电机驱动，对轻量化的要求更高，碳纤维复合材料使用量占比达60%以上，能够帮助机身整体重量减少30%~40%，极大地提升了飞行效率和续航能力。国内主流的eVTOL制造商，如亿航智能、小鹏汇天及峰飞航空，均将碳纤维的应用视为提升产品竞争力的重要策略。目前，已发布的EH216-S、旅航者X3、盛世龙等机型都大量应用了碳纤维复合材料，对提升飞行器整体性能有显著作用。

随着碳纤维轻量化技术的不断发展和成本的逐步降低，它将为低空经济的发展提供更加强有力的支撑，助力低空经济实现更加快速、高效、可持续发展。

08、第14届亚洲化纤会议在韩召开，聚焦可持续发展合作

5月23日，两年一届的亚洲化纤业界最高级别的专业会议——第14届亚洲化纤会议在韩国首尔召开，会议主题为“亚洲化纤行业在可持续发展方面的合作”，来自中国大陆、印度、印度尼西亚、日本、韩国、马来西亚、

巴基斯坦、中国台湾和泰国共九个国家和地区的化纤协会的代表参加会议，聚焦循环经济、减碳目标规划、可持续纺织品相关政策、环保型材料及先进材料、绿色发展方向、自由贸易与公平竞争等进行了深入探讨和交流。

在“亚洲化纤行业在可持续发展方面的合作”的主题下，亚洲各国和地区化纤协会代表团为亚洲化纤行业进一步的交流与合作提出建设性意见。同时，欧洲及北美纺织业发展和欧盟可持续法规的分享也为亚洲化纤行业的发展提供了借鉴。大家一致认为，亚洲化纤产业要把握发展机遇，进一步提升可持续发展水平，如支持循环经济；实施认证及监管；加强宣传及激励措施；进行智能化转型；开发差异化、高附加值、高性能、高科技材料；开展公平竞争等。

中国化纤协会代表团团长、中国化纤协会会长陈新伟表示，此次会议达到了相互学习与借鉴，促进合作与发展的目的，中国化纤业希望充分借助亚洲化纤会议的机会，进一步加强与亚洲各国和地区的化纤业界开展更多的交流与合作，共同促进亚洲化纤产业可持续发展。

09、化纤长丝设备更新入选国家项目，促进行业升级发展

2024 年 5 月，工业和信息化部发布《工业重点行业领域设备更新和技术改造指南》，对 27 个重点行业提出设备更新目标、政策和标准依据、设备更新重点方向。

其中，对纺织行业设备更新目标为：以老旧设备更新和绿色化升级改造为重点，重点聚焦新型纺纱、织造、机织针织设备更新，加快自动化、连续化、绿色节能设备应用；推动聚合、纺丝、牵伸成套设备更新，进一步提升化纤行业智能化水平；推动定型机、染色机、染料助剂自动输配送系统，提升印染行业节能减排、绿色化数字化水平。到 2027 年，棉纺行业生产效率显著提升，化纤行业涤纶长丝设备的更新换代率进一步提高，印染行业生产综合成本降低 5%~10%，预计全行业完成更新超 25 万台（套）设备，拉动投资 2500 亿元。

纺织业设备更新的 5 个重点方向之一为化纤长丝设备，主要包括高速纺丝机、加弹机、牵伸机、46 定形机、烘干机、喷水织机和穿经机等织造设备，改造 15 条化纤短纤生产线。

化纤长丝设备更新有利于化纤企业扩大有效投资，有利于推动行业先进

产能比重持续提升具有重要意义。这也有利于化纤企业以大规模设备更新为抓手，实施技术改造升级工程，以数字化转型和绿色化升级为重点，推动企业向高端化、智能化、绿色化发展，从而为发展新质生产力提供有力支撑。

10、中国化纤科技大会（泰和新材 2024）暨首届化纤行业总工程师论坛召开

2024 年 6 月 27~28 日，中国化纤科技大会（泰和新材 2024）暨首届化纤行业总工程师论坛在山东烟台召开。会议以“科技创新引领 加快发展新质生产力”为主题，深入探讨化纤行业高端化、绿色化、智能化发展现状、热点、挑战及趋势，为加快发展新质生产力聚众智、汇众力、明方向。

中国纺织工业联合会副会长端小平在致辞时分享了对化纤行业发展新质生产力的看法和思考：一是重视增品种、提品质、创品牌，这是在中国化纤行业的发展已经进入到规模边际效益递减的新阶段的必然选择；二是重视基础创新，发扬匠人精神，促进产业界、学术界加强创新思考、交流合作，推动行业科技进步；三是突破化纤产业链卡脖子工程，把握产业安全发展主动权，增强产业竞争力；四是拥抱智能制造和绿色制造。

在“双碳”、高质量发展成为全球发展大势的当下，各行各业都在加快培育新质生产力。化纤龙头企业如何发展新质生产力？目前在做哪些前沿研究？未来有何规划？来自化纤产业链相关领域龙头企业的总工程师、专家齐聚首届化纤行业总工程师论坛，分享了企业当前的产品研发情况和未来规划，从中可以显见企业的创新永远在路上。

▲ “高质量发展，创新链未来” 纺织产业弹力面料发展大会在汕头市召开

1 月 2 日下午，由中国针织工业协会、汕头市纺织服装产业协会共同主办的“高质量发展，创新链未来”纺织产业弹力面料发展大会在汕头市成功举办。大会聚集了来自全国各地的行业精英，旨在聚焦行业前沿技术和成果，推动产业链上下游协同创新发展。

汕头市委书记温湛滨，中国针织工业协会会长林云峰，汕头市人民政府副市长彭聪恩，中国纺织工业联合会产业集群工作委员会副主任兼秘书长张海燕，中国服装协会副会长李昕，中国纺织建设规划院副院长马志辉，东华大学原副校长、教授、教育部产业用纺织品工程研究中心主任陈南梁，北京服装学院教授、科技处处长王永进，中国对外经贸大学原外交学院国际经济

学院院长、国际经济研究院教授竺彩华，汕头市纺织服装产业协会会长翁创杰等有关领导和嘉宾，以及产业链上下游企业、国际品牌代表、汕头市纺织服装产业协会会员企业等 1000 余位代表齐聚一堂。

近年来，随着户外运动的普及和消费者对高品质生活的追求，中国弹力面料在内衣、户外运动、瑜伽服等领域的应用得到了全球消费者的热捧，市场占有率不断增长，绽放出旺盛的生命力。汕头作为锦纶面料的主要生产基地，在织造和印染环节形成了规模和技术优势，锦纶织布和弹力面料印染年产量为全国第一。同时，在汕头市委、市政府“工业立市、产业强市”的发展战略下，产业依托深厚的产业根基和集群特色，在延链补链中主动作为，多个锦纶项目开工投产，推动产业聚链成群、集群起势，打造产业链生态闭环。汕头弹力面料的成本优势和技术优势持续提升，是汕头建设“中国弹力面料之城”的底气和信心。

汕头市委书记温湛滨代表汕头市委、市政府向一直以来关心支持汕头发展建设特别是纺织服装产业发展的各界人士表示感谢，并致辞。他表示，产业基础和产业集群是汕头纺织服装产业最大的优势。在过去的三年里，他感受到企业对产业越来越有信心。在汕头市委、市政府、各级部门的支持和协会、企业的共同努力下，2024 年，“四大工程”陆续全部投入使用，对汕头纺织服装产业来讲，是非常重要的一年，也是非常关键的一年，也是见证奇迹的一年。相信汕头纺织服装产业能够在中国纺织服装产业里面留下一个深刻的烙印。接下来，汕头市委、市政府将继续加大力度来全方位的支持纺织服装产业的发展。

中国针织工业协会会长林云峰在致辞中表示，本次会议立足于上游延链强链的现实语境，围绕加速构建“弹力面料之城”，充分彰显出汕头纺织服装向着 2000 亿集群规模迈进的坚定决心与坚实步伐。相信汕头市纺织服装产业通过做精、做专、做实、做强制造业的厚实家当、加速完善建链、延链、补链、强链，未来必将更好地激发创新创造活力，实现扩量提质的新突破新跨越。

汕头市纺织服装产业协会会长翁创杰表示，过去一年，在汕头市委、市政府及各相关部门的大力支持下，在全体会员同仁的共同参与及辛勤努力下，汕头纺织产业“四大工程”进展顺利，硕果累累。接下来，协会将调整

战略方向，高标准办好第四届“服博会”、落实汕头国际纺织城的深度运营、打造汕头纺织产业发展命运共同体，一方面助力企业走向世界，另一方面吸引更多相关链条企业加入汕头国际纺织城，持续提升汕头纺织产业的全球竞争力。

为充分发挥汕头弹力面料的市场竞争力和可持续发展能力，大会现场正式成立纺织产业弹力面料创新中心。并聘请王永进教授、陈南梁教授为特聘顾问。

纺织产业弹力面料创新中心是汕头建设中国弹力面料之城的重要落地项目，将联动高校、科研院所和企业多方力量，聚焦弹力纤维材料及纺织品、功能性纤维新材料、绿色染整等领域科技研发，构建从基础研究、技术开发、产品制造、市场化应用全链条的创新中心，助力推动中国弹力面料的创新发展。

大会还邀请与会嘉宾围绕锦纶纤维的创新应用、弹力面料的新消费场景、全球贸易新形势、上下游链的协同创新等方面作主题分享，带来行业最新趋势、技术和市场信息，为弹力面料的蓬勃发展注入新的动力与智慧，推动其迈向更加繁荣的未来。

北京服装学院教授、科技处处长王永进作《弹性面料如何适应多元场景下消费者的新需求、新体验》主题分享。

东华大学原副校长、教授、教育部产业用纺织品工程研究中心主任陈南梁作《锦纶纤维行业现状与科技创新应用》主题分享。

中国对外经贸大学原外交学院国际经济学院院长、国际经济研究院教授竺彩华作《全球贸易新形势下，中国纺织行业的应对思路》主题分享。

索罗纳大中华区总经理周海东作《全球绿色纤维和弹性纤维与下游产业链的协同创新》主题分享。

活动当天，汕头市纺织服装产业协会还举行了第一届第四次会员大会和成立三周年庆典。

在会员大会上，汕头市纺织服装产业协会秘书长余少芬作《汕头市纺织服装产业协会 2024 年度工作报告与 2025 年工作计划》。

三年来，协会始终坚持“服务会员、引领创新、促进交流”的宗旨，不断加强内部建设，提升服务能力，助力企业把握时代脉搏，实现高质量发展。

接下来，协会将在发挥集聚效应，推广产业品牌；布局全球市场，推动拓宽渠道；联动各方资源，助力企业成长；提升运营能力，引导合规发展；加强组织建设，引领行业发展等方面持续发力，共同开创汕头纺织服装行业更加辉煌灿烂的明天。

汕头市纺织服装产业协会常务副会长马庆宣作《汕头市纺织服装产业协会章程》修改说明。

汕头市纺织服装产业协会常务副会长翁罗叁作 2024 年度监事会工作报告。

汕头市纺织服装产业协会常务副会长黄汉楚作汕头市纺织服装产业协会 2024 年度财务报告。

汕头市纺织服装产业协会常务副会长周德茂作汕头市纺织服装产业协会增补副会长、理事工作报告。

会议听取并表决通过《汕头市纺织服装产业协会 2024 年度工作报告与 2025 年工作计划》、《汕头市纺织服装产业协会章程》修改说明、《2024 年度监事会工作报告》、《汕头市纺织服装产业协会 2024 年度财务报告》以及增补副会长单位、理事单位等事项。

会上，汕头市人民政府副市长彭聪恩为汕头市纺织服装产业协会 21 家新增副会长单位授牌，汕头市纺织服装产业协会会长翁创杰为 12 家新增理事授牌。

汕头国际纺织城总经理李华卿介绍了汕头国际纺织城、中国家居服专业采购基地等项目的规划建设进展。

据介绍，中国针织面料交易市场北区 500 间商铺将于 2025 年 3 月 18 日盛大开业。南区市场 600 间商铺，部分商铺已在 12 月封顶。在 2026 年 3 月的第五届服博会期间，南区市场与贴身衣物交易中心将盛大开业。智造产业园区预计至 2026 年，全面迎来投产盛况。中国家居服专业采购基地智能化工业园区预计将于 2025 年 10 月顺利交付并投产使用，家居服采购中心则规划在 2026 年服博会期间盛大启幕。

汕头市纺织服装产业协会常务副会长马庆宣作第四届潮汕服博会暨汕头国际贴身服饰时装周推介。他表示，第四届潮汕服博会规模达 13 万平方米，规划 16 大展馆、12 大展区，汇聚 17 个产业集群展团、超千家参展商

参展。未来将通过协会以及展会、时装周等平台，将贴身服饰打造成为代表汕头的名片，引领汕头时尚产业的发展。

目前，纺织服装产业“四大工程”已经打开局面，未来，纺织市场、面料市场、成品市场将在产业带的基础上，进一步打造前店后厂的模式。在展会的大力发展之下，将有利于四大工程更好地聚集人才和商家，为企业带来更多的订单和交易。会上还邀请了国内知名的上游品牌企业现场分享最新的产品和市场趋势。举行了“产业特别贡献奖”和“特别鸣谢单位”的颁发仪式。

在岁末年初、万事可期之际，汕头纺织服装产业以一场盛会，不断开新局、谋新篇，一步一印，走出一条极具特色的传统产业高质量发展之路，一针一线，织就一幅绚丽多彩的繁荣图景，助力汕头建设中国弹力面料之城！

▲ 2024 年我国家纺行业整体平稳运行，内外贸均保持增长态势

2024 年以来，全球经济缓慢复苏，贸易活动小幅回暖，经济增长动能略显不足，依靠我国家纺行业完善的产业链和全球领先的制造优势，以及国家一系列稳外贸、稳增长政策的实施释放流动性，我国家纺行业整体保持了平稳运行。外贸企业抓住主要出口市场需求回升时机，扭转了上年的负增长态势。在国家“两新”政策的推动下，行业内销整体平稳且呈现新亮点，内外贸整体均保持增长态势。

一、行业平稳运行 利润承压

2024 年我国家纺行业整体保持了稳定增长态势，据国家统计局数据测算，规模以上家纺企业近三年营业收入稳步提升，2024 年 1~11 月规模以上家纺企业实现营业收入同比增长 1.44%，逐渐扭转前两年的负增长局面。与此同时，行业的综合成本也在不断攀升，利润空间受到挤压。2024 年 1~11 月规模以上家纺企业营业成本同比增长 1.82%，增幅高于收入增幅，且三项期间费用比上年同期增长 0.94%。2024 年 1~11 月规模以上家纺企业利润总额同比大幅下降 6.6%，11 月营业收入与营业成本均有明显的提升。从全年运行走势情况看，行业运行稳中放缓。

家纺主要子行业也体现增速放缓这一态势。床上用品规模以上企业 1~11 月营业收入同比增长 2.36%，扭转了前两年的负增长态势；与此同时，床上用品营业成本也随之上涨，且涨幅普遍高于营业收入增幅。利润总额同比

大幅下降 14.11%；利润率为 3.67%，低于上年同期 0.7 个百分点，但较前几个月逐渐提升。

毛巾规模以上企业 1~11 月营业收入同比下降 6.62%，延续了上年的下降趋势，且降幅较 2024 年前几个月逐步加深；与此同时，受棉花价格回落的利好因素影响，规模以上毛巾企业营业成本同比上年继续下降 7.31%，利润总额同比增长 5.74%；全年利润率呈现缓步提升态势。

布艺行业近两年在以往较高的增长基础上呈现小幅波动。布艺规模以上企业 1~11 月同比增长 0.8%，增幅较 2023 年有所放缓；利润总额大幅同比下降 9.28%。

二、行业出口保持增长

家纺行业出口规模呈增长态势。据海关数据显示，1~11 月，我国出口家用纺织品 440.99 亿美元，同比增长 4.95%。但外贸企业经营承压，出口价格下降，一定程度上反映着利润空间被压缩。1~11 月，我国家用纺织品出口数量同比增长 14.47%，出口单价同比下降 8.31%，以近年来数据来看，单价增速呈下降趋势。从产品品类情况看，棉质产品出口走弱而化纤走强。从出口市场情况看，美、欧市场起到主要拉动作用。

在我国出口的主要 6 大类家用纺织品中，床上用品、布艺产品、地毯和餐厨用纺织品 1~11 月出口实现增长。毯子产品略降，毛巾产品下降幅度最为显著。

近年来受政治和市场选择的因素影响，表现出棉质产品出口走弱而化纤走强的趋势。1~11 月，我国出口化纤类家纺产品 304.12 亿美元，同比增长 6.51%，占出口总额的 69%，较去年同期水平扩大 1 个百分点；棉类出口 58.25 亿美元，同比下降 4.83%，占出口总额的 13.2%，较去年同期水平收窄 1.4 个百分点。

床上用品中的床上用织物制品（件套产品）和毛巾是棉质家用纺织品的出口主要集中的产品，典型的反映出这一发展趋势：1~11 月，我国出口床上用织物制品 49.48 亿美元，同比增长 8.16%，其中棉类出口 13.06 亿美元，同比下降 6.33%，占我国床上用织物制品出口总额的 26.4%，以近年来数据来看，占比正在逐渐收缩；化纤类出口 28.4 亿美元，同比增长 11.14%，占我国床上用织物制品出口总额的 57.4%，占比逐年扩大。

对美国的出口形势更加明显，1~11月，我国对美国出口床上用织物制品 17.31 亿美元，同比增长 8.59%，其中化纤类出口 11.16 亿美元，同比增长 9.91%；棉类出口 2.9 亿美元，同比下降 9.87%，对美的棉类床上用织物制品的出口规模不断缩小，当前对美棉类出口占该品类对美出口总量的 16.8%，占比较 2019 年收窄近半。

出口的毛巾产品 90%为棉类。2024 年 1~11 月，我国出口毛巾产品 19.67 亿美元，同比下降 10.57%；自 2021 年以后降势明显。造成毛巾走弱的原因是多方面的，其中一个国际竞争激烈，受贸易壁垒以及印度、巴基斯坦等棉花产地大国的激烈竞争，我国毛巾产品出口优势逐渐变弱。地缘政治和涉疆法案对我国棉制产品出口带来较大影响。另外是更加便捷、性价比更高的超细纤维、棉柔巾等擦拭用产品的替代，协会统计的以化纤材质为主的盥洗及厨房用织物制品和擦拭用品近年来增势显著且有延续趋势，1~11 月我国出口该类产品 29.21 亿美元，同比增长 10.17%。

1~11 月，我国对除非洲和大洋洲出口下降外，对其余各洲出口均有不同程度的增长。

2024 年以来，我国家纺出口回升主要靠美国、欧盟市场的增长拉动。1~11 月，我国对美欧市场出口额占总体的 38.2%，占比较去年同期扩大了 1.6 个百分点，其中对美国市场出口 108.82 亿美元，同比增长 10.03%，对欧盟市场出口 59.75 亿美元，同比增长 9.04%。

东盟市场也呈现良好的增长，1~11 月，对其出口 74.85 亿美元，同比增长 6.27%。但值得注意的是，支撑其增长的是家纺面辅料的出口。我国外贸企业海外建厂布局对东盟地区面辅料的增长起到重要作用，1~11 月，我国家纺面辅料对东盟市场出口 36.64 亿美元，同比增长 18.15%。而家纺成品出口 38.31 亿美元，同比下降 3.06%，其中，床品下降 7.35%、毛巾下降 22.7%。此外，传统市场日本增长乏力，1~11 月对其出口 24.02 亿美元，同比下降 4.79%。

三、增速放缓 政策助力提振内贸信心

2024 年以来，尤其是下半年受内生消费动力不足影响，人均消费支出持续回落，据国家统计局数据显示，全国服装、鞋帽、针纺织品（含家纺类）2024 年 1~11 月同比增长 0.4%，其中 11 月当月同比下降 4.5%。家纺规模

以上企业 1~11 月内销产值同比增长 0.35%，增幅较前几个月进一步放缓。11 月当月同比增长 0.07%，结束了自 8 月份以来的负增长局面。

床上用品和布艺两大子行业 1-11 月内销产值在保持上年水平上小幅增长。据国家统计局数据测算，床上用品和布艺规模以上企业 1~11 月内销产值同比分别增长 0.72%和 0.3%，增速较前几个月有所放缓。毛巾内销进一步收缩，1~11 月毛巾规模以上企业内销同比下降 8.48%，降幅较前几个月进一步加深。

政策提振消费信心，行业内贸呈现新亮点。2024 年三月国务院推出的“推动大规模设备更新和消费品以旧换新”是加快构建新发展格局、推动高质量发展的重要举措。作为家居消费重点组成部分的家纺产品陆续被各地确认为消费品以旧换新补贴范围，有效提升了家纺消费热情。据不完全统计，全国共有近一半省市都有地区将家纺产品列入补贴范围。参与的家纺品牌终端店平均带来销售同比 20%的增长。部分家纺集合店 12 月当月带来近 60%的同比增幅。补贴活动提振了消费信心，通过消费端刺激拉动生产端，带动家纺行业发展。

总体来看，2024 年外贸企业抓住主要市场需求回升时机，扭转了上年负增长局面，国内销售在国家两新政策的推动下，整体平稳。未来的一段时间内，还将是机遇与挑战并存。全球贸易整体处于复苏进程中，贸易摩擦等外部环境不确定因素仍然较多，易对发达经济体产生连带影响。化纤类家纺产品出口仍然具有价格和产能优势。内贸方面，我国经济长期稳定向好的基本面没有改变，国家稳增长系列政策释放流动性，“大规模设备更新和消费品以旧换新”政策的进一步落地，还将有助于企业投资和居民消费。进一步扩大和增强补贴等政策对行业的支持力度，促进改善消费环境，提振信心是改善行业内销的关键所在。家纺行业企业还应积极进行合理全球布局，开拓市场新增长点，加速推进两化融合，开展技术创新，在变化中寻求突破。发挥竞争优势，加强对高性能、绿色环保等产品的开发。进一步降本提质增效，发展行业新质生产力。

▲ 震泽丝绸杯·第九届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛评审工作圆满结束

1 月 9 日，震泽丝绸杯·第九届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛（以

下简称“震泽丝绸杯”)评审工作圆满结束。经过层层遴选,本次大赛共评选出:金奖1名、银奖3名、铜奖5名、优秀奖30名、最佳创意设计应用奖5名、最佳设计题材奖5名、最佳传统纹样表现奖5名、数字艺术创意奖5名和入围奖若干。

震泽丝绸杯·第九届中国丝绸家用纺织品创意设计大赛以“丝·致”为主题,经统计,本届大赛共收到来自161家参赛单位的2338件作品,其中包含了院校、企业、设计工作室和独立设计师的投稿作品。在科技浪潮的席卷下,AIGC在设计的前沿领域开始拥有一席之地,因此,本届大赛首次增设AIGC报名赛道,共收到相关作品近300件。AI可以通过对大量传统文化元素的学习和分析,在短时间内生成大量的创意和设计方案,不仅为参赛者提供了更多元化设计思路和创作手段,也为家纺产品设计提供了更多选择。

“震泽丝绸杯”中国丝绸家用纺织品创意设计大赛创办于2016年,是国内第一个家纺行业专品类创意设计赛事。大赛自创办之初便根植于丝绸这一中国悠久文化载体,连续多年被工信部、商务部列为“纺织服装优供给促升级”重要活动,成为纺织行业文化自信与设计创新的标杆。

大赛评审委员会执行主任、中国家纺协会副会长兼秘书长王易表示,震泽丝绸杯大赛已历经九载春秋,吸引了全国14400余名设计师及院校师生积极参与,累计提交作品超过2万件。大赛不仅为行业挖掘并培育了大量设计精英,还在震泽建立了丰富的作品版权库,为企业的产品开发提供了源源不断的创意源泉。

明年,震泽丝绸杯步入第十个年头,也恰逢“十五五”规划启航之年。未来,震泽丝绸杯大赛将从深挖家纺文化内涵、推动科技与时尚融合、拓展时尚传播渠道三个方面,构筑家纺时尚文化发展体系,掌控国际时尚话语权,为中国家纺行业的繁荣发展贡献力量。

震泽古镇作为传统的丝绸重镇,因蚕桑而兴,以丝绸闻名。近年来,震泽镇秉持推陈出新、文化赋能的理念,丝绸产业蓬勃发展,年产值超20亿元,市场占有率高达33%。“震泽蚕丝”荣获国家地理标志集体商标,蚕丝被制作技艺被评为省级非遗,太湖雪更是成为北交所“新国货丝绸第一股”。

震泽镇党委副书记、镇长姚俊表示,持续举办“震泽丝绸杯”大赛,不仅能够提升震泽及丝绸产业的知名度,让更多人领略这一传统而珍贵的文化

产业之美，更是创建一个创意迸发、人才辈出、企业受益的平台。

未来，将继续携手各方，持续提升大赛品牌影响力，集聚优质资源，让其成为中国家纺设计前沿理念的重要展示平台，成为丝绸家纺产业创新发展的重要引擎。同时，不断完善产业链，优化供应链，提升价值链，共推震泽丝绸产业高质量发展，让丝绸文化在震泽古镇蝶变新生，再现辉煌，走向世界。

本届“震泽丝绸杯”的主题是“丝·致”，大赛新闻发言人、江南大学设计学院教授、博士生导师张毅对大赛主题进行了解读。他提到，党的二十大明确指出高质量发展是社会主义现代化建设的首要任务，“丝·致”这一主题与此紧密相连。“丝”代表着丝绸文化，是震泽古镇的传统特色产业，而“致”则可从动、名两种词性阐述，既是取极致、精致之意，展现大赛对于设计作品的高要求，也是设计师们致力于将最好的中国丝绸设计作品奉献给世界。

数字经济推动流程再造、范式革新，拓展需求场景、价值半径，是发展新质生产力的重要引擎。行业各界正积极把握 AI 技术发展机遇，张毅表示，期望参赛者能够始终坚持以中国文化为设计内核，以数字化技术为变革手段，创造出更具个性化、风格化的时尚作品，讲好当代中国的丝绸故事，提升中国纺织时尚国际话语权。

本届专业评审团继续依托“家纺设计汇”小程序，全程采取数字化画稿盲评模式，围绕赛事主题，严格按照评审标准对参赛作品进行多元化、多维度的深度评选，确保评审的公正性和客观性。评委们如何看待今年参赛作品的创意及创新点？他们对年轻设计师们有哪些好的建议呢？

本届大赛评委，原苏州丝绸博物馆 副馆长、江苏省级非物质文化遗产项目宋锦织造技艺代表性传承人、中国织锦工艺大师沈惠谈到，经过一天的评审，很欣慰能够看到许多中国传统文化元素被应用于作品之中。传承与创新相辅相成，传承是创新之基，创新为传承注入活力。二者共同确保了中华悠久历史文化得以延续至今。未来，希望更多中国传统文化精粹在新一代设计师的塑造下焕发新生。

在设计中，古为今用并非简单复制，而是在过去文化底蕴上加以创新，使之符合当代潮流，这样的设计更具社会价值。本次大赛中不乏把非遗技艺

融入设计的作品，将传统文化的精髓运用于现代的设计，为现代人服务，这是一个非常好的开端。

“今年的参赛作品给我很多惊喜，每幅都凝聚着创作者的心血，不少创意可直接应用于产品开发，期望未来可以吸纳更多设计人才，将作品转化为实际产品，让创意落地生根。”本届大赛评委，江苏大唐纺织科技有限公司常务副总经理唐丽芳表示，对企业而言，作品的实用性至关重要，而非仅停留于纸面。当前教学与实际需求尚存差距，建议院校应加强教学与实践的结合。在设计伊始，就应考虑到更深层次的运用，如色彩优化、手工技艺等，以实现从创意到产品的转变。未来，在大赛构建的平台上，加强校企合作，鼓励学生走进企业，了解实际需求，为行业高质量发展凝聚创新力量。

本届大赛评委，广州市美术家协会教育委员会副秘书长、中国高级室内设计师杨易谈到，本届参赛作品整体表现尚佳，创作水平显著提升。新增设的 AIGC 赛道，激发出更多元、更新颖的创意火花，有效拓展了设计的边界。尽管 AIGC 为文化创意设计带来革命性变革，但技术本身尚在发展中，仍存在一些亟待攻克的难点和需要应对的挑战。要使 AI 设计思路与中国图形更贴切地应用于市场，设计师需深入市场，了解面料、受众意见，把握流行趋势，将其当作“灵感催化剂”而非“创意主体”。

近十年的深耕与发展，大赛已在业界铸就了广泛而深远的影响力，对家纺设计产业的蓬勃发展起到了显著的正面催化作用。本次大赛评选结果将在“家纺设计汇”微信小程序和中家纺官网上进行为期一周的获奖作品公示，公示结果无异议后，将对外发布获奖结果。后续还将在“家纺设计汇”微信小程序和中家纺官方线上平台发布获奖作品赏析。

▲ 2024 年纺织服装专业市场总量规模整体稳定，实现平稳收官

2024 年是充满压力挑战的一年，新的发展周期、地缘政治影响和技术创新冲击不断叠加，行业发展面临着复杂严峻的形势和有效需求不足的现实考验。2024 年是承载希望与机遇的一年，行业大力发展新质生产力，纺织现代化产业体系建设取得积极进展，在稳定宏观经济中发挥了建设性作用。从纺织服装流通行业看，2024 年是行业竞争格局深刻变革的一年，传统渠道颠覆与创新渠道融合趋势不断加深，给纺织服装专业市场带来巨大挑战，行业进入结构深度调整周期。

2024 年我国万平方米以上纺织服装专业市场 862 家，市场总成交额达到 2.36 万亿元，同比增长 0.45%；中国纺联流通分会重点监测的 44 家市场商圈总成交额为 1.71 万亿元，同比增长 6.79%。专业市场在外部存在较大不确定性，内部发生剧烈结构挑战的现实条件下，坚持守正创新，融合发展，保障了总量规模的整体稳定，实现了平稳收官。

一、总体情况

据流通分会统计，2024 年我国万平方米以上纺织服装专业市场 862 家，同比增长 0.23%；市场经营面积达到 7311.60 万平米，同比增长 0.05%；市场商铺数量 134.83 万个，同比增长 0.02%；市场商户数量 109.13 万户，同比增长 0.02%；市场总成交额 2.36 万亿元，同比增长 0.45%。

总量规模方面。我国万平方米以上纺织服装专业市场数量于 2018 年达到 915 家，随着存量竞争的不断深入，专业市场行业优化与内部淘汰并存，歇业重装、关停倒闭、转变业态等情况加剧，新市场投资建设更加理性，市场总量减少。自 2022 年以来，关停市场数量和新增市场数量相对平衡。

成交额增速方面。2019~2024 年，专业市场总成交额年同比增速依次为-1.08%、-2.22%、1.98%、-8.54%、10.11%、0.45%。2023 年，纺织服装专业市场市场成交额增速达 10%以上，拉动成交额规模恢复至疫情前水平。2024 年，专业市场在不利因素叠加的情况下，维持整体规模，实现了平稳收官。

运行效率方面。2024 年纺织服装专业市场商铺效率为 174.71 万元/铺，同比增长 0.44%；商户效率为 215.85 万元/户，同比增长 0.43%；市场效率为 32216.03 元/平米，同比增长 0.40%。2024 年，纺织服装专业市场运行效率、商铺效率、商户效率均达到近六年的最高值，更少的市场和商户创造了更大的价值，专业市场结构优化的成果在运行效率方面逐渐显现。

景气方面。2024 年专业市场管理者景气指数全年平均值为 51.84，商户景气指数全年平均值为 50.72，两项平均数均高于 50 荣枯线，可见，2024 年我国纺织服装专业市场管理者与商户商业活跃度较高，整体处于扩张区间。从指数走势看，管理者指数起伏更大，专业市场运营淡旺季表现明显；商户指数相对平稳，可见商户在全年始终保持着较为活跃的商业活动。

二、结构分析

从区域看，862 家专业市场中，东部地区 521 家，成交额 20142.78 亿元，占总成交额的 85.51%，同比增长 1.58%。中部地区 188 家市场成交额 2334.73 亿元，占总成交额的 9.92%，同比下降 5.42%。西部地区 153 家市场成交额 1077.57 亿元，占总成交额的 4.57%，同比下降 6.32%。

从品类看，服装和原、面（辅）料是我国纺织服装专业市场的主营商品，主营服装和原、面（辅）料的专业市场共 610 家，占市场总量的 70.76%，成交额占总成交额的 68.20%。其中，主营服装产品的专业市场 453 家，在各品类中成交额最高，达 8500.66 亿元，占总成交额的 36.09%，同比下降 3.23%；主营原、面（辅）料的专业市场 157 家，成交额位列第二，达 7562.90 亿元，占比 32.11%，同比增长 1.91%；小商品市场增速最高，达 14.02%；家纺类专业市场也实现了正增长，同比增长 1.26%；综合类市场、其他类市场成交额下降，分别下降 4.95%、12.96%。

三、重点监测市场分析

2024 年 1~12 月，流通分会重点监测的 44 家纺织服装专业市场商圈总成交额达到 17177.57 亿元，同比上升 6.79%。其中，20 家市场成交额同比上升，平均增幅为 8.98%；23 家市场成交额同比下降，平均降幅为 1.66%；1 家市场成交额持平。

（一）运行效率分析

从市场运行效率看，44 家重点监测市场平均运行效率为 77332.88 元/平米，同比上升 6.79%；平均商铺效率为 591.72 万元/铺，同比上升 6.80%。

（二）市场区域结构分析

从区域结构看，1~12 月，44 家重点监测市场中，东部地区专业市场成交额为 15083.36 亿元，同比上升 7.62%，占专业市场总成交额的 87.81%；中部地区专业市场成交额为 1499.21 亿元，同比上升 1.34%，占专业市场总成交额的 8.73%；西部地区专业市场成交额为 595.00 亿元，同比上升 0.71%，占专业场总成交额的 3.46%。

（三）流通层级结构分析

从流通层级来看，44 家重点监测市场单位中包括 26 家产地型专业市场、18 家销地型专业市场。2024 年 1~12 月，26 家产地型市场成交额达到 15638.05 亿元，占总成交额的 91.04%，同比上升 7.70%；18 家销地型市场

成交额为 1539.52 亿元，占总成交额的 8.96%，同比下降 1.66%。

四、2024 年纺织服装专业市场运行分析

（一）数据分析

1、专业市场积极应对挑战稳住成交规模

2020~2022 年，我国纺织服装流通领域遭受疫情冲击，专业市场承压运行，总成交额与疫情前相比存在一定差距。2023 年，纺织服装专业市场高速增长，成交额重回疫前规模。2024 年，纺织服装专业市场面临机遇与挑战并存的全新发展阶段，在技术革新、商业竞争、消费巨变的叠加之下，呈现出更加坚韧的发展意志和创新精神，在行业激励竞争和内部淘汰的情况下，稳住了成交额规模。

2、龙头市场对行业总量的影响持续加深

2024 年，纺织服装专业市场面临激烈的内外部竞争，市场发展压力加大，较大比例专业市场成交额下降。另一方面，在行业困难模式之下，马太效应进一步凸显，各地龙头市场展现出更强的资源整合能力和市场竞争优势，成交额不断实现新的突破。从品类看，柯桥、盛泽面辅料市场群，义乌中国小商品市场，南通叠石桥家纺市场等几大龙头市场群，在各自细分领域占据半壁江山，并在较大总量基数的情况下，实现了中高速增长，直接拉动面辅料市场、家纺市场、小商品市场等三大细分品类实现了成交额的正增长。从全国看，流通分会重点监测的 44 个龙头市场群占据了全国纺织服装专业市场 70%以上的市场份额，并实现了 6.79%的增长，对行业总量起到了巨大的拉动作用。

3、各区域市场积极探索破局发展

2024 年，面对不断提高的行业竞争发展压力，我国东中西部纺织服装专业市场积极尝试新模式业态，探索破局发展之路。东部地区背靠产业集群，以强大的规模优势和生产流通协同生态为依托，创造了全国 80%以上的成交份额。近年来，东部市场继续加大产品创新研发力度，探索流通创新模式，实现了逆势上涨，稳定了我国专业市场成交额的基本盘。中部、西部地区专业市场则积极探索模式业态创新，为我国专业市场行业结构优化和品质提升贡献力量。一方面，市场大力推动二批商户加速向 1.5 批转型，提升对供应链的把控能力；另一方面，市场积极打造批零兼营的新场景、新生态，加速

融入城市商业版图，不断提升客户体验，稳定了市场运行，提升了客流量。

（二）专业市场进入品质化发展周期

2024 年，服装电商发展进入瓶颈期，线上流量红利持续减弱；消费者逐渐向实体回流，随之而来的是实数融合、全域营销、场景体验的全新局面。在新旧商业文明交替的新阶段，我国纺织服装专业市场进入品质化发展周期。

1、以“新质”为引擎，推动行业全面创新

2024 年全国两会后，“新质生产力”这一被写进政府工作报告的概念，引起各行业的广泛讨论。纺织服装专业市场作为纺织服装行业的重要中枢，积极探索以新质生产力为核心的转型升级路径，2024 年，专业市场通过新产品研发、新技术应用、新模式融合等积极尝试，取得了良好的成果，带动了营业额的提升。

新产品研发方面，纺织面料市场以产业科技创新为引领，以新材料研发为抓手，以面料研发带动服装研发设计水平的全面升级。如柯桥中国轻纺城大力推进“纺织新材料中心”“纺织技术创新中心”项目落地，广州国际轻纺城打造“时尚源创平台”，两大面料龙头市场从行业源头开始推动新质生产力在全产业链的深入发展。

新技术应用方面，各地专业市场积极组建技术团队，结合自身情况和现实需求，打造高匹配度、高实操性的全新技术工具，极大提升了专业市场的运营服务效率。如常熟服装城升级智慧商城“尚城小二”平台 2.0 版本，上线 12 个功能体系，建立线上线下联动机制；郑州锦荣商贸城自主开发“快批吧”平台，通过“曝、探、推、引、聚、卖”实现商、客线上对接，助力商家营销拓客。

新模式融合方面，各地专业市场开展策展式运营，在郑州银基广场、汉正街服装市场等市场出现大面积的供应链集合品牌展厅，兼具供应链平台和“白牌大店”双轮驱动的发展特点；即墨服装城实现职业经理人分区托管和集中运营，打造特色专区，形成良好的示范带动效应；各地市场强化会员制运营，深耕私域流量池，全面提升会员服务体系；商户不断提升原创设计水平，试水轻量化定制、档口与工作室融合等新模式，提升客户的个性化设计服务体验。

2、以人为本，提升专业市场服务品质

2024 年，胖东来在我国零售行业掀起以人为本的新浪潮，纺织服装专业市场作为满足人民美好生活的商业业态之一，不断提升批零兼营的服务品质。除了各类采购节、节假日促销节等传统模式外，各地纺织服装专业市场纷纷打造场景、提升体验，实现了品质服务的新突破。在场景打造方面，如广州国际轻纺城、广州中大门、郑州银基广场等打造艺术场景化展厅和策展空间；深圳华海达市场搭建中式古典美学打卡点；推动纺织服装专业市场打造时尚与艺术融合的体验空间。在业态融合方面，重庆大融汇打造“好吃街”，广州白马服装市场引入一楼餐吧区，深圳笋岗商圈引进特色餐车，汉正街商圈打造十字街市集，建设烟火气十足的城市居民消费空间。

3、发展会展经济，畅通产业流通循环

2024 年，纺织服装专业市场充分发挥展会在畅通供需循环中的关键作用，以博览会、采购节、时尚周等多种方式，推动线上线下双向引流，提升了影响力，带动了成交额的增长。

2024 年，中国纺联春季、秋季联展在国家会展中心（上海）盛大开幕，白马服装市场、意法服装城、常熟服装城、中纺中心服装城、郑州银基广场等行业龙头市场组团参展，展示了纺织服装流通行业的创新发展成果；2024 中国（大连）国际服装纺织品博览会、金正茂·汉派服装总部 2024 汉派秋冬采批节、第七届中国（鄂尔多斯）国际羊绒羊毛展览会、绍兴柯桥中国轻纺城窗帘布艺展览会、海宁中国国际皮革毛皮时装面辅料展、濮院国际毛针织服装博览会等地方性展会连续举办，极大提升了产业流通活力，加强了各地市场、企业、商户之间的交流对接。

与此同时，各地专业市场积极创办时尚周、服饰节，大力发展“发布经济”，不断提升行业“首发”“原创”“时尚”“设计”内涵。2024 济南时装周、2024 西柳国际服装周、2024 朝天门原创时装周、2024 湖南服饰博览会暨芦淞时装周、2024 中国流花国际服装节等成功举办，不断提升专业市场在时尚艺术行业的专业地位和话语权。

4、促进国际合作，全球发展打开新局面

2024 年，各地纺织服装专业市场不断发力外向经济，开拓海外市场。海城西柳举办“2024 全国纺织服装内外贸一体化融合发展大会”，绍兴柯

桥举办“2024 国际纺博会海外云商展（英国站）”，中国纺织服装企业积极参加第六届中国纺织精品展览会（南非）、家纺企业积极参加俄罗斯国际家用及室内纺织品展览会，“广州白马时尚行·边贸供应链对接会”在云南昆明拉开帷幕……纺织服装专业市场不断拓展对外国际贸易网络，深化供应链合作。

跨境电商方面，2024 年，商务部、国家发展改革委等各部门相继出台文件，持续释放支持跨境电商行业发展的重要信号。纺织服装专业市场敏锐把握行业发展趋势，积极筹划产业出海，布局跨境电商。如“毛衫派”全球毛衫一站式跨境采购平台在洪合正式启动；2024 广东服装跨境电商大会隆重举行；“希花怒放”产业带出海专场对接会在柯桥举行，TEMU 秋冬季重点企业招商会在常熟举行；湖北天门以跨境电商为主题召开 2024 中国（天门）服装电商产业大会。

2024 年，我国纺织服装专业市场行业进入震荡调整、结构优化的发展周期，同时也进入了新旧商业文明交替、实体消费复苏的战略机遇期。适应新环境、明确新定位、探索新模式、寻找新增量是一个相对漫长而充满挑战的过程，专业市场必须在外部环境的不断变化中，适应上下游主体之变、消费需求之变和渠道模式之变，立足行业内涵与趋势的深刻变化，围绕发展新质生产力的方向要求找到工作着力点，打造供应链平台市场，坚持线上线下融合、内外贸融合、产商文旅融合、供应链协同的发展理念，共建纺织服装产业流通新生态。

▲ 中国纺织机械协会会长交流活动在浙江杭州举办

1 月 10 日，中国纺织机械协会会长交流活动在浙江杭州经纬创意园成功举行，协会会长顾平及部分副会长出席会议。会议期间，会长们共同参加了“经纬大讲堂——2025 新年经济论坛”。

中国纺织机械协会会长顾平表示，过去一年，大家切实感受到市场正处于重塑进程中，企业面临着诸多挑战。在此背景下，思考如何调整发展节奏以顺应新变化，已然成为行业发展的当务之急。此次论坛恰逢其时，借此能够及时把握宏观经济形势，在有效规避投资风险的同时，精准把握发展机遇。

主题演讲环节备受关注。浙江大学教授孙家良对当前的经济形势深入剖析，并针对如何提升有效需求、提振未来预期、打通国内大循环堵点等问题，

详细分析了其现状与成因。他强调要调整供给侧结构，尤其在产能方面，需在发动机、高端数控机床、芯片、生物制药等高端技术领域补短板，集中力量攻坚克难。谈及对未来的预期，他表示，尽管短期内要保持谨慎态度，但从长期来看，经济发展的前景是乐观的。

华立集团党委书记、华立海外执行董事肖琪经结合华立集团出海的实践经验对供应链重构及企业出海的机遇和挑战进行了介绍。他指出中国企业面临的竞争愈发激烈，促使企业加速出海步伐，以顺应市场动态与政策变化。肖琪经认为，投资境外工业园区不失为企业出海的良好选择，众多中国企业在东南亚、中东、中亚、北非等地区积极布局，建立生产基地，实现了“中国制造在全球”的布局。这一模式不仅能够有效帮助企业规避贸易壁垒，还能显著提升供应链的协同效应，使企业能够更加紧密地贴近当地市场与客户，精准把握需求脉搏。然而，鉴于中国企业出海起步相对较晚，在面对诸多挑战的当下，他建议中国企业抱团出海，通过相互支持实现协同发展。

资深债券交易及私募基金从业者陆成渊凭借深厚的专业知识与丰富的实战经验，对金融市场的风险把控和趋势进行了探讨，在股市、理财、汇市、债市等诸多领域分享了独到见解。陆成渊分析指出，投资股市时需密切关注宏观政策面的变化，当前量化交易的盛行加剧了股市波动，市场行情愈发难以把握。尽管如此，陆成渊建议重点关注正处于产能转变的领域，如人工智能、算力、机器人等相关产业，这些领域有望在未来经济格局中释放出巨大潜力。

中国纺织机械和技术进出口有限公司总经理朱迎庆依靠丰富的国际贸易经验，对产品出口如何应对产业转移的国际大背景进行了分享，深入分析了纺织产业的五次转移历程，全面解读了纺机出口在当下所面临的重重挑战与宝贵机遇，还从地理版图角度，对印度、印尼、越南、土耳其等纺织重要市场进行了细致入微的剖析，从实战层面为企业产品出口提供了切实可行的策略和思路。

专题讨论环节同样精彩纷呈，主持人和四位嘉宾进一步就上述问题展开了更深层次的讨论。他们就拉动消费的可能性、蓝海战略转型、企业出海的注意点等问题交流观点，进行思想的碰撞。针对企业未来的发展战略，专家们提出了一系列建议，指出企业应克制扩张冲动，将精力重点放在内部提升

上。专题讨论后，围绕大家感兴趣的问题，参会代表们和专家进行了互动。

在会长交流活动中，顾平表示希望此次会长们齐聚于此，及时了解宏观经济形势，一同深入探讨行业相关问题，齐心协力推动行业朝着更好的方向发展。协会副会长、必佳乐（苏州工业园区）纺织机械有限公司总经理刘明做了关于宏观经济、纺机行业发展情况、中国纺机发展面临的市场环境及企业的经营策略等方面的主题发言；协会副会长、杭州纺织机械集团有限公司董事长叶文介绍了经纬创意园园区打造过程和运营情况；其他协会副会长也围绕各自企业的经营现状、2025 年的市场运作思路，以及针对国内外市场活动的建议等方面展开深入交流。会长们还一同参观了经纬创意园。

▲ 回升向好，中产协发布 2024 年 1-11 月产业用纺织品行业运行简况

2024 年全球经济保持中低速增长，复苏进程仍面临地缘政治紧张、贸易保护主义风险上升等诸多不稳定和不确定性因素；我国经济运行总体平稳、稳中有进，存量政策和增量政策组合效应的持续释放，对经济发展形成有力支撑。2024 年，我国产业用纺织品行业经济运行呈恢复性增长和稳步复苏态势，多项主要经济指标回升向好。根据协会对重点会员企业的调研，2024 年 1~11 月我国产业用纺织品行业的景气指数为 68.4，在经历 2023 年的低潮期后，企业对 2024 年的经营情况普遍较为满意。

生产方面，根据国家统计局数据，2024 年 1~11 月规模以上企业的非织造布产量同比增长 4.7%；汽车市场消费潜能的持续释放带动帘子布产量同比增长 7.6%，生产增速相较上半年有所回落。

经济效益方面，根据国家统计局数据，2024 年 1~11 月产业用纺织品行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 5.5%和 16.4%，营业利润率为 4.2%，同比增加 0.4 个百分点，行业盈利状况有所改善，但与疫情前相比仍有较大差距。

分领域看，1~11 月非织造布行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 3.1%和 26.5%，营业利润率为 3.3%，同比增长 0.6 个百分点；绳、索、缆行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 13.9%和 21.8%，营业利润率为 3.4%，同比增长 0.2 个百分点；纺织带、帘子布行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 9.8%和 17.2%，营业利润率为 3.2%，同比增长 0.2 个百分点；篷、帆布行业规模以上企业的营业收

入同比增长 1%，利润总额同比下降 9.6%，营业利润率为 4.8%，同比下降 0.6 个百分点；过滤、土工用纺织品所在的其他产业用纺织品行业规模以上企业的营业收入和利润总额分别同比增长 8.3% 和 17.7%，目前 6.4% 的营业利润率已经基本恢复到疫情前水平，同比增长 0.5 个百分点。

国际贸易方面，根据中国海关数据（海关 8 位 HS 编码统计数据），2024 年 1~11 月产业用纺织品行业出口额为 374.3 亿美元，同比增长 5.9%；进口额为 46.1 亿美元，同比下降 3.6%。

分产品来看，产业用涂层织物保持行业出口额领先地位，1~11 月出口额达到 46 亿美元，同比增长 11.6%；非织造布的出口额跃升至行业第二，达到 36.6 亿美元，同比增长 5.5%，出口量 137.1 万吨，同比增长 14.7%；毡布/帐篷的出口额为 36.1 亿美元，同比增长 2.6%；一次性卫生用品（尿裤、卫生巾等）的出口额达到 32.3 亿美元，同比增长 7.1%；传统产品中，帆布、产业用玻纤制品和线绳（缆）带纺织品的出口额分别同比增长 9.2%、8.2% 和 2.3%，包装用纺织品、革基布的出口额分别同比下降 1.7% 和 3.4%；擦拭布（不含湿巾）和湿巾的出口额分别达到 15.7 亿美元和 8.4 亿美元，分别同比增长 22.3% 和 25.4%。

中国纺织工业联合会办公室联系方式

地址：北京市朝阳区朝阳门北大街 18 号

邮编：100020

电话：（010）85229200/85229907

85229909/85229207

传真：（010）85229219

E-mail: zfltx@cntac.org.cn