

# “一降一增”之间，中国外贸破局前行

新华社记者 邹多为

海关总署日前发布的2025年外贸成绩单里，两组数据对比起来看，颇有深意：

一组是，前十大贸易伙伴占我国外贸总值的比重较2024年减少两个百分点，集中度有所降低；

另一组是，全球与我国有贸易往来的国家和地区达到249个，其中贸易规模超过万亿、千亿和百亿元国家和地区比2024年分别增加2个、6个和10个。

以数观形，以数察势。“一降一增”之间，展现了广大外贸企业巩固拓展多元化市场的积极成效，也表明中国外贸以变应变、破局前行，多元化之路越走越宽广。

回顾过去一年，国际环境深刻演变、世界经贸秩序遭遇重大挑战。历史的经验告诉我们，每当环境发生突变时，过度集中于单一市场或产品的外贸模式容易暴露出脆弱性——不论是一批订单的取消，还是一次关税的加征，都有可能让外贸企业陷入被动

甚至危机。

“谋先事则昌，事先谋则亡。”挑战是探路前行的请柬，转机是创新求变的馈赠。

身处瞬息万变的国际市场，越来越多外贸企业积极求变、把握主动：江苏、湖北、浙江、上海等地外贸企业抱团“闯”全球，新兴市场成为竞相奔赴的热土；走进新疆霍尔果斯口岸，日用百货、电子器件等“中国好物”纷纷“坐”上班列、汽车，加速运往共建“一带一路”国家；置身许多企业的生产车间，适配中东、拉美、非洲等市场需求的产品接连下线……

外贸人常常念叨：东边不亮西边亮，多个朋友多条路。

2025年，我国与五大洲至少六成的国家和地区进出口实现了增长。“十四五”时期，我国已成为全球160多个国家和地区的主要贸易伙伴，比2020年增加20多个。

“只有不断走出去，才能打开新天地。”广东一家家具制造企业负责

人告诉记者，为了挖掘增量，2025年公司在中东、东南亚等新兴市场设立海外区域运营中心、展厅及仓储中心，通过壮大全球经销商网络，带动海外订单稳定增长。“盯着需求走、跟着趋势变，寒潮也能变机遇！”这位负责人感慨。

多年来，作为世界“刚需”，中国制造以丰富度和多样性闻名，有海外网友称赞“客户要什么就造什么”。

顶部能热茶、四面能取暖的多面取暖器在日韩收获大量订单、样式新颖的陶瓷树成为欧美节日装饰新选择、“沙漠空调”在中东室外温度超过60摄氏度时仍能正常工作……这些新产品“圈粉”全球的故事充分说明，中国制造正以价值创造持续开辟新局。

出口活力凸显，进口势头正旺。近日，在有“德企之乡”之称的苏州太仓，价值2亿欧元的德国工业机器人装船出口的同时，车间里运转的正是此前进口的瑞士精密减速器。2025

年，我国进口18.48万亿元商品，占全球的进口份额将保持在10%左右。澳大利亚鲜食苹果、津巴布韦鲜食蓝莓、挪威医疗保健品等特色产品纷纷叩开中国市场的大门。

面对“脱钩断链”“本国优先”甚嚣尘上，中国正用扩大进口的满满诚意、“你中有我”的共赢格局，为世界经贸合作提供宝贵的稳定性和确定性。

外贸稳量提质的背后，是经营主体的坚韧生长。2025年，我国有进出口记录的经营主体超过78万家，其中民营企业占我国外贸总值的比重提升1.8个百分点至57.3%，广大外贸企业迎难而上，在风雨中成长壮大，爱拼会赢的精气神更足更强。

人勤春早，万象更新。站在“十五五”开局的新起点，中国外贸保持定力，勇立潮头，以开放为帆，以创新为桨，奋力在国际经贸海洋中乘风破浪，将为世界经济复苏和长期发展注入更强的信心力量。

新华社北京1月27日电

## “科技+时尚”，千亿羽绒服“温暖产业”加速发展

新华社记者 李傲秋 杨绍功 唐澧

入冬以来，多轮寒潮席卷全国多地，寒冷天气推动全国羽绒服市场迅速升温。中国报告大厅数据显示，2025年我国羽绒服市场规模预计达到2500亿元、2020年至2025年复合增长率达11.5%，增速明显高于全球平均水平。

记者调研发现，随着消费者对羽绒服的需求从“保暖”向“科技+时尚”拓展，科技赋能、设计创新、监管升级正推动羽绒服产业由规模扩张转向结构升级、迈向高质量发展。

### 科技赋能，做强产业根基

原料与工艺是保证羽绒服产品品质的根基。随着行业发展，羽绒服原料、工艺和生产方式的升级正在悄然进行。

走进位于山东汶上县的济宁苏和服装有限公司，自动充绒机正精准地将指定重量的绒毛充进羽绒服内胆。“现在品牌企业普遍使用高蓬松度的绒毛作为原料，保暖性能更好；而智能设备的应用，能够减少充绒时的误差，提升产品一致性。”公司副总经理王健说。

除了绒毛，面料的升级同样有助于提升羽绒服的性能。业内人士介绍，高密度的功能面料正逐步替代常规化纤面料，可带来防风防水、耐磨耐脏等效果，并减少羽绒外溢。

用好原料离不开好的设备。在羽绒服生产领域，设备的智能化改造已成为共识。

在安徽池州高新区的安徽乐高纺织品科技有限公司，1.2万平方米的智能车间内，全自动绗缝机、充绒机、拍棉机高效运转，工人们穿行其间，配合智能设备完成一道道工序。

“通过数字化、自动化改造，从原料

到成衣，一件羽绒服在这里只需3个小时即可下线。”公司总经理葛焱兵介绍。

科技赋能不止于设备层面，更有供应链的协同。

在行业龙头企业中，这种协同发力的效果尤为明显。以波司登为例，其在江苏常熟的智能工厂构建起智能制造体系，自主研发的GiMS工业互联网平台实现上下游深度协同，产品交付周期缩短到7至10天。

“通过AI与APS系统的深度融合，自主排产覆盖率突破70%，智慧物流‘当日达’‘次日达’成为常态。”波司登集团董事局主席兼总裁高德康介绍。

业内人士认为，科技赋能不仅提高了单件羽绒服的品质，也为产业摆脱低价竞争、向价值链中高端迈进奠定坚实基础。

### 设计创新，原创与时尚成潮流

走进山东济南的派尔服装城，许多顾客在此挑选羽绒服。除了保暖，设计感、轻量化等需求也是消费者关注的重点。

“许多女性顾客喜欢这个款式，收腰显瘦，适合多种场景。”缙哲服饰品牌负责人指着一款粉色短款羽绒服说。

贴合消费者审美的原创设计成为潮流。业内许多企业组建了专业研发设计团队，针对不同年龄层与应用场景持续推出新品。“我们每年都会提前研判市场流行趋势，开发数十款新样版，希望在瞬息万变的市场竞争中占得先机。”葛焱兵说。

1月9日，2026第十二届哈尔滨国际时装周的舞台秀场上精彩纷呈，时尚元素叠加冰雪基因，吸引了众多行业人士。

不少品牌开始尝试将中国传统文化元素与现代服装设计相融合。立领、刺绣、纹样等传统元素被重新开发，让羽绒服设计也能体现“国风美学”。

“我们受传统烟花元素启发，以此为灵感的系列服装设计，与江南竹编工艺‘碰撞’，呈现出独特的视觉效果。”浙江平湖新潮羽绒服品牌瑞希创始人沈威廉说。

人工智能也被引入设计系统，推动产业向“智慧设计”迈进。一些头部企业建立起AI大数据驱动的服装设计研发新模式，开发垂直领域的AI大模型，实现从设计构思到虚拟成衣交付的全流程数字化闭环，大幅缩短样衣开发的时间和成本。

### 监管升级，规范市场全流程品控

去年以来，“300元以内买不到真羽绒服”等话题引发关注，凸显质量是消费者关注的重点。

根据市场监管总局近日发布新修订的《纤维制品质量监督管理办法》和强制性国家标准《絮用纤维制品通用技术要求》，羽绒服等絮用纤维制品中的填充物质量品质看不见、摸不着，具有隐蔽性，将成为重点监管对象。

记者发现，各地正在加强对羽绒服质量的监管。汶上县市场监管局党组成员、副局长高黎说：“我们以规范服装标识标签为抓手，推动企业建立全流程质量控制体系。”

记者在汶上县看到，许多羽绒服加工制造企业建立起质量检测实验室，依托专业检测设备对服装辅料和成衣进行抽检，有的还对成品服装“一件一检”，确保产品质量。



2025年10月7日，中国品牌波司登在法国巴黎发布“大师泡芙”系列新品。 新华社记者 高静 摄

在波司登总部所在的江苏常熟市，当地市场监管局有关负责人表示，他们制定了羽绒服装产品质量抽检专项工作方案，每年下半年开展羽绒服装产品质量抽检，覆盖线上电商、线下生产企业、供应链及仓库，检测充绒量、绒子含量等关键指标。

浙江平湖市则联合7个省（市）17家单位，制定了分级技术规范团体标准，将羽绒服的“里子”按5个核心指标分级认定，并在吊牌上明示。

“此举既填补了国家标准在精细分级方面的空白，也让消费者不再受困于看不见的‘里子’，提升消费满意度。”平湖中国服装城董事长胡国华说。

一些行业协会在发挥积极作用。中国羽绒工业协会联合监管部门打击假冒伪劣产品，联合电商平台净化线上市场，建立“全球羽绒追溯系统”，强化源头治理；中国服装协会发布羽绒服行业自律倡议，为产业发展营造良好环境。

中国服装协会副会长、羽绒及皮革皮革专委会主任屈飞表示，随着市场日趋规范，在“科技+时尚”的双轮驱动下，中国羽绒服产业在全球产业链中将拥有更强竞争力。

新华社北京1月26日电