



2025 年 3 月 24 日

纺织服装需求与出口调研纪要

贺晓勤

投资咨询从业资格号：Z0017709

hexiaoqin024367@gtjas.com

陈鑫超

投资咨询从业资格号：Z0020238

chenxinchao029552@gtjas.com

钱嘉寅（联系人）

从业资格号：F03124480

Qianjiayin028310@gtjas.com

报告导读：

- 摘要：2025 年春节后，聚酯下游织造服装需求整体低迷，1-2 月份中国纺服出口数据同比下滑。春节期间，特朗普政府对中国、墨西哥、加拿大提高关税，为了了解传统的“金三银四”下游纺织服装订单及开工的真实状况，以及出口企业实际的订单情况，我们于 3 月 19 日-20 日走访了盛泽及杭州地区的 4 家织造、印染企业，深入了解聚酯下游的内需及出口情况。

总结来看，今年春节后内需疲软主要的原因在于节后终端回款速度较慢，影响织造企业的订单资金周转。另外，节前过于高涨的囤货热情加重了节后织造企业现金流压力，坯布库存普遍在 1 个月左右，原材料随用随采，节后开工季节性回升但总体负荷比往年相比偏低。

出口订单并不是一刀切的受到关税影响，而是出现了明显的分化。客户黏性高的织造工厂订单十分稳定，利润率也未感受到压力；而客户忠诚度较低的普通织造印染企业经营状况难以为继。预期出口需求萎缩的企业想要寻找其他国家的替代出口，这仍需要时间和渠道的积累，因此短期倾向于参与国内纺织市场的竞争，由此造成织造行业整体利润率下降也是意料之中。

传统的“金三银四”成色主要依赖于出口增量，今年 3 月国内纺服消费尚未明显启动，且外贸边际存在一定压力的情况下，织造环节表现偏弱。但工厂对于 4 月份的行情目前仍有一定的期待，一方面关税政策更加明确，另一方面国内春夏纺服换季需求或有抬头，后续关注成品库存的去化速度。

目录

1. 盛泽某织造企业 A	4
1.1 企业 A 概况	4
1.2 企业 A 近期订单和销售情况	4
1.3 企业 A 订单出口情况和关税对出口订单的影响	4
1.4 企业 A 利润情况	4
1.5 企业 A 对未来市场的展望	4
2. 盛泽某织造企业 B	5
2.1 企业 B 概述	5
2.2 企业 B 近期订单和生产销售情况	5
2.3 企业 B 订单出口情况和关税对出口订单的影响	5
2.4 企业 B 生产利润情况	5
3. 盛泽某针织、印染企业 C	6
3.1 企业 C 概述	6
3.2 企业 C 近期订单和生产销售情况	6
3.3 企业 C 订单出口情况和关税对出口订单的影响	6
3.4 企业 C 生产利润情况	6
3.5 企业 C 面临的市场的竞争和近期动态	6
4. 华东某印染企业 D	7
4.1 企业 D 概述	7
4.2 企业 D 近期订单和生产销售情况	7
4.3 企业 D 订单出口情况和关税对出口订单的影响	7
4.4 企业 D 生产利润情况	7

(正文)

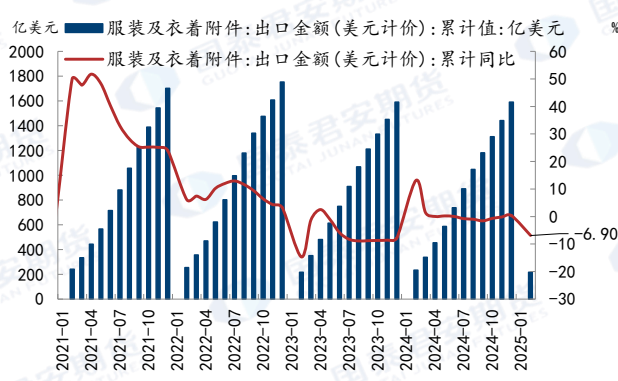
1-2 月份纺织内需低增速、出口下滑，春节后的聚酯纺服市场一改节前的乐观情绪，出现凉意，聚酯产销持续低迷，库存快速累积。究其原因在于终端需求的疲软。国家统计局数据显示，1-2 月份中国服装鞋帽纺织品零售累积 2624 亿元，同比增长 3.3%。海关数据显示，服装及衣着附件累积出口 216.6 亿美元，同比下滑 6.9%。从 2018 年中美贸易摩擦开始，美国长期对中国纺织服装加征 25% 的关税，2025 年特朗普上台之后，在 25% 的关税基础上进一步加征 20% 关税。另外国内纺织业近年来进入产能扩张周期，纺织品供应持续增加、出口需求下滑，行业经营也遇到了更大的挑战，企业对于原料、运费、关税的敏感度增加，产品开发周期也越来越短，小单快反的产品模式下，企业囤货需求明显下降。

图 1：中国纺服零售进入低增速时代



资料来源：同花顺 iFinD，国泰君安期货研究

图 2：高关税基数下，服装出口同比下滑



资料来源：同花顺 iFinD，国泰君安期货研究

为了了解今年传统的“金三银四”下游纺织服装订单及开工的真实状况，以及出口企业实际的订单情况，我们于 3 月 19 日-20 日走访了盛泽及杭州地区的 4 家织造、印染企业，深入了解聚酯下游的内需及出口情况。

调研发现，今年春节后内需疲软主要的原因在于节后终端回款速度较慢，影响织造企业的订单资金周转。另外，节前过于高涨的囤货热情加重了节后织造企业现金流压力，坯布库存普遍在 1 个月左右，原材料随用随采，节后开工季节性回升但总体负荷比往年相比偏低。

出口订单并不是一刀切的受到关税影响，而是出现了明显的分化。客户黏性高的织造工厂订单十分稳定，利润率也未感受到压力；而客户忠诚度较低的普通织造印染企业经营状况难以为继。预期出口需求萎缩的企业想要寻找其他国家的替代出口，这仍需要时间和渠道的积累，因此短期倾向于参与国内纺织市场的竞争，由此造成织造行业整体利润率下降也是意料之中。

传统的“金三银四”成色主要依赖于出口增量，今年 3 月国内纺服消费尚未明显启动，且外贸边际存在一定压力的情况下，织造环节表现偏弱。但工厂对于 4 月份的行情目前仍有一定的期待，一方面关税政策更加明确，另一方面国内春夏纺服换季需求或有抬头，后续关注成品库存的去化速度。

以下是各企业调研纪要：

1. 盛泽某织造企业 A

1.1 企业 A 概况

企业 A 以丝绸产品起家，当前的主要的业务是织造。主要生产差别化的人造纤维产品，如人造丝、醋酸、天丝、酮胺等。企业 A 当前涉及涤纶环节比较少，拥有喷气织机 360 万套，年产 3000 万米。公司注重产品创新，如开发具有特定功能的面料，以满足市场对高端差异化产品的需求。

1.2 企业 A 近期订单和销售情况

企业 A 曾经以出口订单为主要销售渠道，2016-2017 年出口占比 30%-40%，现在出口订单占比约占 10%。2025 年至今订单量基本在 1 个月左右，内外销均如此。感受上，外销在萎缩，内需更多只是结构的改变，总量还是保持。自身对原材料的备货大概也在一个月。企业 A 认为当前坯布库存偏高主要是因为年后需求预期不好，从去年四季度开始，往年客户在春节前提前下单情况没有出现。

1.3 企业 A 订单出口情况和关税对出口订单的影响

企业 A 认为当前美国订单受关税影响较为影响，主要表现为年后原本的订单延迟和成本上升侵蚀利润率。现在部分订单仍在观望 4 月关税政策落地。年初一开始新增 10% 的关税，企业可以通过和下游客户商谈，买卖双方各承担 5% 来共同承担。如果继续加征关税，具体和下游怎么分担关税仍在博弈，但是进一步让步利润给出口订单的空间已经很小。总体来说，后续订单信心受到影响，部分订单转口东南亚；在外销压力大情况下企业更多考虑靠内销解决。2018 年中美首次贸易摩擦对织造需求也有利空影响，但是当时内需好，能够顺利承接回转的需求，今年内需体感不好，两方面压力叠加。

对于企业 A，做出口订单更多还是考虑单个订单量大，订货周期长，相对稳定，内需订单周期短单量小，利润率的波动更大。对于高关税背景下的未来出口局势，企业 A 认为原料出口会有替代下游纺织品出口的效应，但是感受海外消费市场也是在降级，这也是出口的另一个压力。

1.4 企业 A 利润情况

当前，企业 A 出口利润在 10% 左右，利润水平较稳定。面向内需的基础产品利润率约 5%，但利润波动大。当前现金流层面面临的另一个问题是织造工厂下游账期长，一般要 2 个月，如今订单不佳，账期回更长，今年的下游账期在仅 10 年内都算偏高，阻碍对原料补货的情绪。

1.5 企业 A 对未来市场的展望

企业因主要做差异化产品当前订单和利润尚可。对于市场节奏，企业认为 4 月正常的旺季需求仍在，当月产销超 100% 大概率可以实现，主要的变量在于 4 月旺季能否对年前采购的库存实现去库，如果 4 月底没有成功去库，5-6 月淡季的库存压力就大了。

对于市场产品趋势，企业认为国风风潮从去年开始，到现在风潮已经过了不少了，总体对涤纶的需求影响不大。但是过去几年间细旦化对于用量的影响大概有单件用量有 10% 的减少。

2. 盛泽某织造企业 B

2.1 企业 B 概述

公司在化纤织造领域有深厚积累，产品涵盖多种类型，注重品质与技术创新，与众多知名品牌及贸易商建立了长期合作关系。2003 年开工，当前有喷水织机 1392 台，年产量 7000 万米，今年年底预计达到 1488 台。

2.2 企业 B 近期订单和生产销售情况

当前企业 B 从坯布到成品开工都开满，需求较好，订单量在 1-2 个月的水平。外销为主的大品牌大订单计划到 10 月份，但是同比感受到今年内需的订单节奏比较慢，4 月感觉压力比较大，部分订单还没有确定，可能到时候需要部分停机。相较而言，去年至少有一个季度的订单储备。

B 企业认为一方面是由于去年开工高导致的结转库存很高，下游在观望，先要解决积压的库存。另一方面，内需尤其是喷水织机的产能扩张没有限制，对生产的压力很大。喷水织机连续 3 年以每年 10 万台的规模增加，去年全行业到了 120 万台，如果加上喷气之类的，可以达到 150-160 万台。B 企业也了解到近期有一些订单较差的企业在考虑在旺季局部放假或者限产，比如 80% 开工。

2.3 企业 B 订单出口情况和关税对出口订单的影响

企业 B 直接出口和间接出口多，大约 1/3 订单来自内需，每年有 5000 万米左右出口。企业 B 出口日本出口占比最高，约占出口的 60%，剩下的欧、美平分。去往美国的订单下一阶段明显犹豫，需求反馈要等待 4-5 月关税落地后的情况。美国增加关税后转出口需要时间，现在的应对方法是将订单转向国内为主。从美国贸易商的角度看需求还可以，去年年底的抢出口贡献了一部分提前量。

对于对未来出口格局的影响，B 企业认为未来出口会从成衣、成品面料进一步转向上游，这和下游客户的产业链布局也有关。下游客户比如东丽，不扩张自己的织造业务，而是扩张印染和产品开发，印染工厂也在国内（在南通）。二东南亚现在的策略是扩大服装和印染的产能，因为利润相对更高，不考虑扩大织造厂的产能。

2.4 企业 B 生产利润情况

生产企业 B 认为利润水平受到关税、需求和行业竞争的多重挤压。企业坚持产品质量高，质量稳定性高，内贸的毛利率基本只能保本。出口利润率相较往年有所下降，在 10%-15% 之间，毛利率为 18%-20%；各出口区域间差距不大。如果未来进一步加关税，现在的基础上，跟进口商谈生意让价的幅度只有 5%-

6%，或者短期考虑在保本基础上让价，但长期让价不可持续。

利润的压缩也导致囤货意愿较低。B 企业认为现在原料价格不好涨，囤货情绪都比较谨慎，上下游联动也比较多，少量确定性机会才会囤货，也担心原料继续跌价。B 企业自身采购一般提前半个月。

3. 盛泽某针织、印染企业 C

3.1 企业 C 概述

企业 C 在服装面料和汽车内饰织物领域具有丰富经验，致力于产品创新和品质提升，以满足多样化客户需求。公司产品结构中，服装面料和汽车内饰织物各占一半。织造厂采用纬编工艺。企业 C 拥有约 230 台大圆机

3.2 企业 C 近期订单和生产销售情况

企业 C 感受到今年服装面料订单受到显著影响，尤其是出口至东南亚的订单，目前仅能以纱线形式出口，出面料则因无法获得相关证明而受限。相比之下，汽车内饰订单表现良好，预计未来将继续增长。企业 C 的库存水平维持在 2 周左右，原料和成品库存基本持平。

3.3 企业 C 订单出口情况和关税对出口订单的影响

企业 C 的市场以国内为主，出口业务主要面向美洲市场，包括美国、加拿大和墨西哥，其中 1/3 的出口量销往上述地区。

尽管出口订单受到关税政策的影响，但整体影响有限。企业 C 通过提升产品竞争力和优化成本结构应对关税压力，同时通过在墨西哥等地生产以规避美国高关税风险。在当前关税环境下，下游客户主要通过自身消化来应对成本上升。

3.4 企业 C 生产利润情况

企业 C 的利润率较低，尤其是纺织面料业务，毛利率仅为 5%。汽车内饰业务的利润水平相对一般，但订单量较大。工业用布的需求量较大，但是利润水平整体表现一般。行业下游客户通常要求年降（例如每年平均降价 2%-5%），且新产品推出后客户会长期锁定价格。在现金流成本中，人工工资占比最高，接近加工值的 15%-20%。在海运费方面，企业在疫情时期受海运费波动的影响比较大，但从去年 7 月，已经开始商谈 FOB 报价模式，预计情况会出现好转。

3.5 企业 C 面临的市场的竞争和近期动态

在汽车内饰领域，企业 C 与高端品牌合作，提升了产品附加值和市场竞争力。面对服装面料市场的激烈竞争，企业 C 通过调整产品结构和市场策略，例如转向内销市场，以应对出口订单的波动。

目前，出口至东南亚的订单主要以纱线为主，出面料出口受限。账期通常为 2 个月，回款情况较为稳

定，优于服装行业。

4. 华东某印染企业 D

4.1 企业 D 概述

企业 D 在印染和纺织制造领域占据重要地位，注重产品差异化和品质提升，以满足市场多样化需求。印染行业通常没有库存，采取小单快反模式，新型印花面料研发周期在 3-7 天。江苏盛泽、常熟地区部分印染工厂因品类单一，今年订单受到较大影响，而品种多元的企业订单相对稳定。

4.2 企业 D 近期订单和生产销售情况

企业 D 的订单排期在 1-2 周，市场部经理直接参与订单管理。整体订单较为稳定，未出现明显下滑，但部分订单存在不确定性，需根据市场动态灵活调整。企业 D 采用现来现做的生产模式，原料坯布库存维持在 2 周左右，订单排期约为 1 周以上，较往年变化不大。

企业 D 的产品涵盖多种面料及成品，能够满足不同客户的需求。其市场分布广泛，覆盖国内外市场，并与众多知名品牌和企业建立了合作关系。大型海外客户订单稳定，主要通过代理商下单，外贸订单占比约 50%，主要销往欧美市场，其余部分出口至东南亚地区。近年来，国内印染产能逐步向广西、安徽、河南等地区转移。

4.3 企业 D 订单出口情况和关税对出口订单的影响

关税政策对企业经营影响不大，企业通过高品质维持了业务稳定。下游客户尚未将关税压力传导至印染环节。

4.4 企业 D 生产利润情况

印染厂凭借差异化优势，与熟悉客户建立了长期合作关系，客户通常不会轻易更换供应商。近年来企业 D 的利润水平稳定。