

从“缝纫机”到“直播间”：

# 南通千亿家纺产业的经营逻辑跃迁

在被誉为“家纺之都”的江苏省南通叠石桥市场，曾经的“麻袋装钱”时代已成记忆。中国证券报记者近日深入南通多家家纺企业调研发现，这座占据全球家纺产品60%市场份额的产业重镇，正经历产业升级过程中的阵痛：一面是根深蒂固的传统模式——产品缺乏创新、品牌溢价不足、利润率挤压；另一面，以80、90后“厂二代”为代表的新生力量正借力直播电商的东风奋力突围，他们手握高学历与开阔视野，执着于品牌塑造与创新设计，在快节奏的直播间里刷新着销售纪录，也重塑着行业的经营逻辑。

从零粉丝开播日销过万元，到单场直播销售额破百万元，再到粉丝7年累计消费30万元，新业态新渠道不仅带来了销量跃升，更催生了“信任经济”与柔性供应链变革。然而，转型之路并非坦途，如何摆脱低价泥潭、建立品牌溢价、保护知识产权？“在产业转型升级过程中，我们会引导企业以品质为导向，共同维护‘南通家纺’区域品牌的美誉度，同时加强渠道创新，积极拓展直播电商等新兴销售渠道。”南通家纺业联合商会秘书长孙燕对记者表示。

●本报记者 杨梓岩

## 家纺之都转型阵痛

“我公公从80年代就开始做家纺，当时都是拿着麻袋往家装钱。”顾她家纺主人杜丽向记者描述着上一代的辉煌。作为“厂二代”，她和丈夫大学毕业后毅然返乡接班，却一度被质疑，“你们上了这么多年大学，回来还是蹬缝纫机？”

这份质疑背后，折射的是南通家纺产业的现实挑战。经过数十年发展，南通已形成从纺纱、织布、印染到成品加工的完整产业链，年产值超千亿元。叠石桥市场四期正在建设中，规模持续扩大。然而，传统发展模式的瓶颈日益显现。

产品同质化与利润挤压问题日益凸显。“行业竞争太激烈了，很多商家更愿意参考同行在做什么，很少增加创新投入。”觅糖家纺主人李燕表示，产品同质化导致价格战频发。

而大量企业长期依赖外贸贴牌和批发，品牌溢价能力薄弱。比如，顾她家纺



南通某家纺企业负责人正清点产品。

本报记者 杨梓岩 摄

虽有自主品牌，但外贸订单利润率远高于国内电商，然而外贸的波动性却很大。

以80、90后为代表的新生代经营者不再满足于父辈几十年不变的模式。顾她家纺主人杜丽强调，“我们最大的执念就是做品牌。”李燕则致力于打造“家纺界的小米”，追求性价比与设计美学。他们普遍拥有更高认知与更开阔视野，对创新和品牌建设有着强烈诉求。

尽管挑战重重，南通家纺深厚的产业根基和完备的供应链仍是最大优势。“在叠石桥，你今天要10万条被子，只要原料到位，第二天就能出货。”从河南到南通创业的智信网络科技首席运营朱景南对南通供应链的效率充满信心。这种“快反”能力，为拥抱新渠道奠定了坚实基础。

出鲜明的用户特征。肖进鹏的快手账号“香河大鹏”拥有186万粉丝，他深有感触：“老铁太‘铁’了！”其粉丝80%来自北方，粘性高，一位沈阳粉丝7年累计消费超30万元。顾她家纺也观察到，直播电商平台用户更务实、粘性高、复购率高，其爆款凉席近30天复购率超50%。

信任经济，品牌孵化。直播不仅是卖货渠道，更是建立品牌信任的桥梁。譬如，“老板娘”IP人设也成为竞争力的一部分。李燕通过分享创业故事和品牌理念，与粉丝“处成了朋友”；顾她家纺主人杜丽以“源头工厂”形象，传递“有爱有家有顾她”的品牌温度；香河大鹏则凭借“真诚不骗人”的北方汉子形象，在平台积累深厚信任。

柔性供应，降本增效。直播倒逼供应链升级“小单快反”能力。肖进鹏自河北老家迁至南通后，依托产业集群优势，新品从设计到样品只需3天，依据首播反馈快速调整产量，“每场直播必上2个新品”，凉席单品年开发超10款。朱景南将部分产能迁至河南老家，依托当地政府提供的惠企政策，优化成本结构，并将节省的成本反哺于提升品质与服务，“比如提升物流速度，升级包装体验等”。

直播电商的东风，正深刻改变南通家纺的销售生态和经营逻辑。

渠道革新，销量飙升。直播电商打破了地域限制，助推销量高速增长。顾她家纺借助主播带货，曾创下单场销售数百万的纪录，“直播间一天卖几百万元，甚至一小时几十万元至上百万元”，彻底刷新了父辈“麻袋装钱”的认知，推动公司年销售规模突破数亿元。朱景南通过布局直播电商平台，年销售额从最初的2000万元跃升至6亿元左右。

精准触达，私域为王。不同平台呈现

## 老产业打开新销路

“第一天就卖了1万元，我那时可是零粉丝开播。”李燕回忆起2023年4月首次试水直播电商的情景，仍觉不可思议。从无心插柳到今年618店铺GMV同比增长600%，33万粉丝贡献的高复购率是其成功关键，“最夸张的是一位粉丝一次性下了286单”。

直播电商的东风，正深刻改变南通家纺的销售生态和经营逻辑。

渠道革新，销量飙升。直播电商打破了地域限制，助推销量高速增长。顾她家纺借助主播带货，曾创下单场销售数百万的纪录，“直播间一天卖几百万元，甚至一小时几十万元至上百万元”，彻底刷新了父辈“麻袋装钱”的认知，推动公司年销售规模突破数亿元。朱景南通过布局直播电商平台，年销售额从最初的2000万元跃升至6亿元左右。

精准触达，私域为王。不同平台呈现

## 品质为基创新突围

面对激烈的市场竞争与不断升级的消费需求，南通家纺产业的提质升级之路方向渐明。

受访企业无一例外地将品质视为立身之本。朱景南对品控近乎严苛：客服回复时效要求8-10秒，24小时在线；蚕丝被附带质检报告和保险公司保单；无条件退货且承担全部超额运费。觅糖家纺从源头研发面料，追求“收到货远超预期”

的体验。顾她家纺投入重金引进国外先进设备，实现自动剪线头，提升工效数倍，确保产品一致性。

打破同质化是关键。觅糖家纺以“甜蜜感”为核心理念，打造风格鲜明的视觉体系和产品，定位“80、90后新生代品牌”。顾她家纺组建30多人设计团队，频繁赴海外汲取灵感。肖进鹏敏锐捕捉流行元素，快速转化为爆款产品。新一代经营者正推动家纺像服装一样，走向多元化、个性化。

告别低价竞争，追求品牌溢价成为共识。顾她家纺明确品牌定位中高端，主力价格带200元至500元，并实践“品牌自播+达人分销”双轨并行的模式。觅糖家纺规划未来开设家居生活馆，线上线下融合。香河大鹏计划从家纺延伸至家居百货，成长为多品类带货主播。

“在产业转型升级过程中，我们会引导企业以品质为导向，共同维护‘南通家纺’区域品牌的美誉度，同时加强渠道创新，积极拓展直播电商等新兴销售渠道。”南通家纺业联合商会秘书长孙燕对记者表示，协会将积极投入“南通家纺”区域品牌的建设和宣传工作中，持续提升“南通家纺”的整体知名度。

企业也呼吁市场加强知识产权保护，优化对直播电商供应链企业的政策倾斜。可喜的是，市场监管趋严和行业对创新、版权的日益重视，正在推动产业提质升级。南通市市场监督管理局有关负责人对记者表示，“南通家纺（图形）”集体商标的核准注册，是南通推动区域特色产业转型升级、强化知识产权赋能、实现高质量发展的重要里程碑。集体商标为家纺产业注入了“品牌基因”，通过统一标识、统一标准、统一管理，能够进一步提升产业整体形象和市场辨识度，助力“南通家纺”向品牌化、高端化跃升。

## 创新药海外授权频传捷报 产业价值加快释放

●本报记者 傅苏颖

近期，国内创新药产业海外授权密集落地，迈威生物等药企接连达成海外授权合作。业内人士认为，近年来，多项创新药相关政策大力支持医药企业创新，同时随着跨国公司专利悬崖密集到来，专利药销售出现下滑压力，中国创新药获青睐。今年以来，在研发创新和国际化的助力之下，国内创新药行业高景气可期。

### 海外授权密集落地

6月26日晚间，迈威生物公告，公司与CALICO拟就IL-11靶向治疗（包括9MW3811）签署《独家许可协议》，根据许可协议，迈威生物独家许可CALICO在除大中华区以外的所有区域内独家开发、生产及商业化许可产品的权利。迈威生物可获得首付款2500万美元及最高达5.71亿美元的里程碑付款，以及按许可产品净销售额计算的阶梯式特许权使用费。

不止迈威生物，5月以来，多家药企达成了海外授权合作。5月20日，三生制药与辉瑞就PD-1/VEGF双抗（SSGJ-707）达成授权协议，辉瑞将获得SSGJ-707在全球（不包括中国内地）的独家开发、生产及商业化权利，三生制药将获得12.5亿美元首付款及最多48亿美元的开发、监管批准及销售里程碑付款，并收取双位数百分比的梯度销售分成。此外，辉瑞将于协议生效日认购三生制药价值1亿美元的普通股股份。此次交易首付款再次刷新国产创新药出海纪录。

5月30日，石药集团公告，集团目前正与若干独立第三方就三项潜在交易进行磋商，内容涉及集团若干产品（包括表皮生长因子受体抗体药物偶联物及由集团技术平台开发的其他药品）在开发、生产及商业化方面的授权及合作。每一项潜在交易项下，集团可能收到的潜在首付款、潜在开发里程碑付款及潜在商业化里程碑付款，合计可能达到50亿美元。

业内普遍认为，从需求端来看，即将到来的专利悬崖可能会导致海外大公司收入大幅下降，销售额损失将超过3000亿美元。由于创新品种研发周期较长，且跨国药企内部决策效率相对不高，最近几年内，跨国药企很难通过内生品种弥补这部分损失。因此，跨国药企正在全球搜罗创新药资产，收购到自己的管线中。

近年来，国产创新药海外授权等出海交易爆发式增长。方正证券数据显示，2024年我国创新药海外授权交易总金额同比增长26%，2025年上半年首付款已超25亿美元，交易总金额超500亿美元。天风证券认为，我国创新药海外授权交易的快速增长，为创新药企带来可观现金流，对其核心管线在海外的推进提供有力支持；同时，跨国药企对中国创新药的认可，也为国内药企提供了更多的合作机会和发展空间，有望进一步加速中国创新药的发展。

### 我国创新药进入收获期

6月27日，国家药品监督管理局官网披露，近日，国家药监局批准信达生物申报的1类创新药玛息肢肽注射液（商品名：信尔美）上市。该药品上市为患者提供了新的治疗选择。在此前的5月29日，国家药监局集中批准11款创新药上市，其中多款为1类创新新药。

国联民生证券认为，创新药或将逐步进入兑现期。2025年预计是国内创新药授权出海的重要年份，自2018年国家药品集采政策实施以后，国内企业纷纷开始从仿制药向创新药转型，至今7年时间，已陆续进入兑现期。部分先驱创新药企业有望实现盈亏平衡，利润端转正。

例如恒瑞医药坚持科技创新和国际化双轮驱动发展战略，业绩稳健增长。恒瑞医药始终锚定创新研发，累计研发投入达460亿元，目前在全球设立了14个研发中心，全球研发团队超5500人。已在国内外获批上市20款新分子实体药物（1类创新药）和4款其他创新药（2类新药），90多个自主创新产品正在临床开发中，并在国内外开展了约400项临床试验。公司2024年年报披露了未来三年预计获批上市的47项创新成果，包括HER2 ADC、GLP-1药物等重磅产品，创新药研发已形成了上市一批、临床一批、开发一批的良性循环。

部分生物科技企业已实现盈利。例如，百利天恒2024年年报显示，公司2024年实现营业收入58.23亿元，同比增长936.31%；实现归母净利润37.08亿元，较上年同期增加44.88亿元，实现扭亏为盈。公司营业收入大幅增长主要是由于收到海外合作伙伴全球跨国药企BMS基于BL-B01D1（EGFR×HER3双抗ADC）合作协议的8亿美元不可撤销、不可抵扣的首付款，这标志着公司创新肿瘤药物组合创造收入的第一步。

兴业证券表示，从市场规模看，2015—2024年，国产创新药的市场规模从257亿元增至716亿元，占我国创新药市场的比重从18.7%提升至27.8%。从研发情况看，截至2025年5月，我国在研创新药管线达3258项，全球占比达39.1%，已超过美国，成为全球第一大创新药研发国，且在抗体偶联药物（ADC）、细胞疗法、双抗等新兴领域，我国已经成为全球创新药物的主要策源地。

### 政策助力行业加速发展

政策助力下创新药有望迎来发展新阶段。6月16日，国家药监局就优化创新药临床试验审评审批发布征求意见稿，其中提到为进一步支持以临床价值为导向的创新药研发，提高临床研发质效，对符合要求的创新药临床试验申请在30个工作日内完成审评审批。药物临床试验申请审评审批30日通道支持国家重点研发品种，鼓励全球早期同步研发和国际多中心临床试验，服务临床急需和国家医药产业发展。西南证券认为，文件将加快新药临床申请（IND）审批速度，一定程度上缩短创新药研发周期，利好创新药产业高质量发展。光大证券认为，短期看，审批效率提升将加速优质管线价值释放，提振市场对创新药板块的风险偏好；中长期看，政策通过“扶优汰劣”机制，助力中国创新药从“仿创结合”向“全球原研”升级，建议重点关注具备“快速研发-国际化-商业化”闭环能力的龙头企业及产业链核心环节。

4月，北京市推出了32条创新药支持措施，重点加速医药健康产业创新，优化审批流程，并强化资金支持。同时，深圳市通过《深圳市全链条支持医药和医疗器械发展若干措施》，覆盖研发、生产、应用及出海全链条，明确对完成临床试验并上市的1类创新药给予最高3000万元奖励，同时大力推动“AI+医药”与宠物药械等新兴赛道。

兴业证券认为，我国创新药研发数量已居全球第一，且部分领域研发技术领跑全球；创新药商业拓展出海爆发，有效化解了创新药市场拓展及融资双难题。整体而言，受临床刚需支撑、研发技术突破、政策加大扶持、融资去泡沫化等因素刺激，我国创新药市场发展态势向好，市场规模有望持续扩容，原始创新、商业化能力持续提升。把握创新药行业发展提速机遇，建议关注具有管线临床价值显著、技术及研发进度领先、商业化空间广阔、国际化取得突破、融资能力畅通等优势的领先型、成长型创新药企业。

## 数据“燃料”催化具身智能：训练工厂涌现 行业加速破局

●本报记者 郑萃颖

数据被称为具身智能产业发展的“燃料”。近日，帕西尼具身智能超级数据工厂（Super EID Factory）在天津空天数字产业园投用。帕西尼感知科技创始人兼CEO许晋诚告诉记者，数据的短缺是目前具身智能发展面临的瓶颈，目前具身智能产业可用的数据量仅为大语言模型可用数据量的几百分之一。

目前，国内多地建立具身智能数据采集工厂，有帕西尼在天津的工厂、智元机器人在上海的工厂，以及北京具身智能机器人创新中心的工厂。中国证券报记者先后探访了两家具身智能数据采集工厂，了解其技术手段以及数据赋能产业的方式。行业专家表示，具身智能数据采集工厂的建设刚刚起步，未来需要与产业需求结合，同时具身智能数据采集的统一与规范是加速行业发展的基础。

### 生产数据的“超级工厂”

在天津空天数字产业园，帕西尼极具现代感的银灰色建筑格外显眼。在这座12000平方米的工厂内，生产的核心产品不是实体，而是“数据”。

数据被称为具身智能产业发展的“燃料”。“从数据中进行模仿学习是具身智能模型进化的最具潜力途径之一。”许晋诚对记者表示，相比今年实现突破性进展的DeepSeek等大语言模型，具身智能目前能使用的数据量仅为大语言模型的几百分之一。

“现在的大语言模型使用的数据规模达到十万亿级，具身智能大模型的数据规模差不多在百万量级。数据的短缺是目前具身智能发展面临的瓶颈。”许晋诚说。

在帕西尼天津数据工厂的大厅，覆盖

了一整面墙的大屏幕上显示着工厂的数据采集情况。屏幕上显示的数据每三秒刷新一次，当天屏幕显示，工厂的数据合格率达到92%以上。许晋诚表示，目前帕西尼天津数据工厂每天最多可采集55万条数据，预计工厂每年可生产高质量数据2亿条。

高工机器人产业研究所所长卢瀚宸告诉记者，训练具身智能大模型的数据主要分为仿真合成数据和真实数据两大类，还有一些厂商采用低成本的互联网数据用于机器学习。“真实数据采集的成本最高、采集难度最大，但质量最好，是目前具身智能产业发展最需要的资源。”

在上海浦东，占地3000平方米的智元数据采集中心已于2024年9月启动。记者近期实地探访看到，百台机器人在不同场景中忙碌作业，有的机器人上下挥舞机器手臂在滚动的传送带上熟练分拣物品，有的机器人摆动着机械双手在数据采集员的动作指导下灵活折叠衣物，还有的机器人化身收银员，站在商场柜台后对商品进行扫码结算。

智元机器人合伙人姚卯青介绍，智元数据采集中心已累计采集超百万条高质量数据，覆盖家居、餐饮、工业、商超和办公五大类真实场景。

数据采集间的训练就是要增加机器人所掌握的原子级技能，从而实现更多精细复杂的任务，如拧螺丝、折叠、熨烫、舀取、切割等。“我们把这些动作进行采集，训练成技能，变成模型，最终给到机器人使用。”许晋诚告诉记者，目前帕西尼天津数据工厂已完成上百种任务的采集，千种任务预计一年内可采集完成。

智元机器人主要采用了机器人遥操作采集方法。在一家饮品店的训练场景下，数据采集员操作着机械臂重复着抓取饮品杯、放入托盘、装入打包袋、打包吸管等动作。姚卯青介绍，为采集一条有效数据，每次物品摆放位置都需调整，每完成10次操

作还要更换包装袋和饮品杯样式，每天重複采集约200条数据，直到机器人学会这项工作。每个场景采集上百遍数据，可以提升机器人执行任务的鲁棒性。

此外，智元机器人于今年3月发布了通用具身基座模型——智元启元大模型（GO-1），加速了数据训练的效率，借助大模型的泛化推理能力，大幅减少机器人学习一项任务所需的数据采集量。

### 数据采集规范仍是痛点

如何让具身智能产业可用数据规模快速扩充，尽快推动产业发展，帕西尼和智元机器人都选择构建开放生态。帕西尼天津数据工厂的具身智能训练数据，可应用于多模态、跨本体、跨任务、跨场景的具身智能扩散模型之中。

2024年12月，智元机器人开源了行业首个基于全域真实场景、全能硬件平台、全程质量把控的百万真机数据集Agibot World。截至目前，Agibot World已被全球多家科技企业用于最新具身模型的开发当中。

但具身智能数据的标准化问题仍是行业痛点。埃夫特董事长游伟对记者表示，由于缺乏数据采集规范，当前采集的一些机器人训练数据难以被迁移和复用。游伟表示，只有提升数据采集规范，使高质量数据可以复用，构建起足够规模和质量的数据资源库，才能形成合力，推动机器人产业持续进阶，更广泛地落地应用。

卢瀚宸认为，数据标准化和质量提升是具身智能产业发展的关键，但这一过程并不容易实现，数据归属、复用、定价等问题仍未解决。

为推动具身智能数据采集的高效利用，许晋诚表示，帕西尼目前正在参与订立数据采集方面的标准，并将于近期发布。