中国纺织精品展（南非）

China Premium Tex (South Africa)

第九届展会展后报告

回顾 • 复盘 • 2027 展望

— 第十届中国纺织精品展（南非）招展支持材料 —

主办：中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（CCPIT TEX）
合作：法兰克福展览集团 Texpertise Network
当地承办：法兰克福展览南非有限公司

报告说明

本报告基于第九届中国纺织精品展（南非）的现场成果与公开报道整理而成，供中国纺织服装企业评估参展价值、制定 2027 年第十届展会参展决策参考之用。报告中涉及的买家品牌、活动信息及统计数据均来自主办方与合作伙伴的公开披露，并在文末附联系方式，方便进一步咨询。

报告要点速览：

- 展会定位：中国纺织企业深度对接南非及南部非洲时尚零售采购体系的核心平台；
- 买家层级：覆盖 Woolworths、TFG、Mr Price、PEPkor、Cape Union Mart 等南非本土零售集团，以及 H&M、Country Road、Guess、Aldo、Seafolly 等国际品牌；
- 采购品类：面料、辅料、成衣、设备、家居纺织品、数字化供应链服务；
- 现场成果：举办 503 场一对一商贸配对洽谈，多家中国展商与本土龙头建立合作意向；
- 2027 第十届：5 月 18—20 日，开普敦 CTICC2，新增「可持续时尚」「数字化供应链服务」两个子类别。

一、展会概述

1.1 基本信息

项目	内容
展会中文名称	中国纺织精品展（南非）
展会英文名称 / 缩写	China Premium Tex (South Africa) / CPT
届次	第九届
举办日期	2026 年 7 月 14 日—16 日（3 天）
举办地点	南非 • 开普敦国际会议中心（CTICC 2）
展会主题	优质中国面料、辅料、成衣、设备及创新服务企业集中亮相，深度对接南非及南部非洲时尚零售采购体系
主办单位	中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（CCPIT TEX） 联亚国际展览集团 浙江远大国际会展有限公司
国际合作方	法兰克福展览集团（Texpertise Network）
当地承办	法兰克福展览南非有限公司

1.2 展会定位

中国纺织精品展（南非）是 中国国际贸易促进委员会纺织行业分会长期培育的非洲旗舰纺织展会，自落地开普敦以来连续举办九届，已成为非洲南部规模最大、专业度最高的中国纺织主题展会，也是中国纺织企业打开南部非洲市场的首选 B2B 平台。

展会坚持「务实连接、稳健前行」的理念，以「高质量中国供给 + 高匹配度非洲买家」为双向筛选标准，确保每一家参展企业都能接触到具有真实采购决策权的专业买家。

二、买家构成分析

第九届展会到场专业观众中，零售商、品牌方及买手占显著比重，覆盖南非主流服装、鞋履、配饰及家居纺织品全渠道。以下按买家层级梳理，便于参展企业按自身定位锁定对接对象。

2.1 南非本土零售集团

南非头部零售集团悉数到场，覆盖从高端到大众、从线下到线上的全消费层级，采购品类广、订单规模稳定。

品牌 / 集团	定位与采购特征
Woolworths	南非高端零售代表，主打品质生活与精选品类，对优质中国面料供应商有持续采购需求
Truworths	中高端时尚女装与男装集团
TFG（The Foschini Group）	南非最大多品牌零售集团之一，覆盖全消费层级；旗下含 Foschini、Markham、@home、American Swiss 等
PEPkor（PEP / Ackermans）	南非大众端龙头，深耕乡镇市场与价值消费，对高性价比中国供应链诉求强烈
Mr Price	「潮流 + 实惠」的代表，覆盖男女装、运动与家居，旗下 fastfox 主打快时尚与街头潮流
Cape Union Mart	户外与都市生活零售商，旗下品牌矩阵协同采购
• Old Khaki	都市休闲
• Poetry	女性时装
• K-Way	户外功能
• Superbalist	线上时尚
• Totalsports	运动专业渠道
Homechoice	家居分期与生活方式零售
Pick n Pay Clothing	超市「顺手买」服饰
Lagoona	高端泳装与度假服饰品牌，对功能性面料与设计感兼具采购诉求

2.2 国际时尚品牌

国际品牌将南非视为非洲战略市场的桥头堡，对中国供应商的依赖度逐年提升。

品牌	采购特征
H&M	全球快时尚巨头，采购规模大、供应链成熟，是中国纺织出口企业的核心合作客户
Country Road	中高端生活方式品牌，注重优质面料与极简设计
Guess	美式休闲时装
Aldo	时尚鞋履，处于南非市场增长轨道
Seafolly	高端泳装与度假服饰品牌，对功能性面料与设计感兼具采购诉求

2.3 精品买手店 / 设计师集合店

本土买手与新锐集合店为中国面料与设计型企业提供了进入非洲设计生态的入口。

名称	定位
Lemkus	开普敦知名高端潮流鞋履零售商，聚焦运动及时尚潮鞋
YDE（Young Designers Emporium）	南非扶持新锐设计师的多品牌买手平台
fastfox（Mr Price 集团旗下）	「快时尚 + 街头潮流」，对中国高性价比、反应速度快的供应商诉求强烈
Bolton Footwear	大众化时尚鞋履，门店覆盖广

2.4 买家构成小结

总体来看，本届展会的买家构成呈现「三层金字塔」结构：

- 顶层：H&M、Seafolly、Guess 等具备规模采购与全球供应链经验的外资品牌；
- 中层：Woolworths、TFG、Mr Price、Cape Union Mart 等南非本土龙头集团，下属多品牌矩阵同步采购，单家集团即可对接数个产品线；
- 底层：PEPkor、Pick n Pay Clothing 等大众端零售，以及 Lemkus、YDE 等买手集合店，覆盖价格段、设计段与新兴趋势品类。

对产品适合且准备充分的参展企业而言，意味着无论定位高端、中端还是大众、无论主打面料、成衣还是鞋履配饰，均能在展会找到对应的买家入口。

三、中国展商三大升级亮点

第九届展会上中国展商的整体呈现相较往届呈现明显升级，从单纯的「供应链供给」向「价值链合作」延伸。这种升级恰好对应了南非买家近两年最强烈的三个采购方向。

3.1 可持续面料与绿色制造

本届中国展团集中展示了有机棉、再生聚酯、天然染料、低碳生产工艺等可持续面料与制造方案，精准回应了南非市场对 ESG（环境、社会与治理）和可持续时尚的采购需求。

对参展建议：拥有 GRS、OEKO-TEX、BCI、GOTS 等国际可持续认证的企业，可在第十届展会的「可持续时尚」新增展区获得更精准的展示位与买家对接。

3.2 智能化与数字化解决方案

电子订单系统、客户样板设计系统、供应链协同管理平台等数字化能力集中呈现，覆盖「设计—生产—交付」全链路。对希望提升订单响应效率与可追溯性的买家具备显著吸引力。

对参展建议：具备 SaaS、AI 设计、数字化样衣或智能制造能力的服务商，可重点申请新设的「数字化供应链服务及配套」展区。

3.3 成衣与品牌联合开发

中国展商正从单纯的 ODM/OEM 转向与南非本土设计师品牌的联合开发，借助非洲创意实现产品本地化，从而进入更高溢价的产品线。

对参展建议：具备小单快反、定制开发能力，或愿意为非洲设计师品牌提供「中国制造 + 非洲创意」联名合作的成衣与配饰企业，第十届展会的「青年设计师大赛」与「时尚盛典」活动将是最佳曝光场景。

四、配套活动

第九届展会期间，主办方联合多方伙伴组织了一系列高规格配套活动，既提升了展会的行业声量，也为展商提供了非展时间段的深度触达机会。

活动名称	内容	合作方 / 赞助方
Celebration of Fashion 时尚盛典	中南非品牌同台发布与展示，呈现南非市场最新潮流趋势与本土设计力量	Nedbank 赞助；Sinéad、Rich Factory 、 Thabo Makhetha 、Imprint 等南非本土品牌参与
青年设计师大赛（Young Designers Competition）	面向南非新锐设计师的赛事，中国展商作为行业导师与赞助商参与	ENS（南非知名律所）合作
Fringe Programme 外缘项目	趋势发布与行业研讨，为下一阶段产品开发提供前瞻指引	WGSN 发布《2028 时尚美学趋势驱动报告》
商贸配对（Business Matchmaking）	按品类与采购意向一对一匹配洽谈，覆盖面料采购、成衣代工、品牌联名、跨境电商等方向	主办方组织，中国展团参与场次占比可观

现场成果数据

本届展会共举办 503 场一对一商贸洽谈，涉及面料采购、成衣代工、品牌联名、跨境电商等方向；部分展商已与 Woolworths、PEPkor、Cape Union Mart 等大型连锁零售商建立合作意向，进入样品寄送与价格谈判阶段。

五、合作成果与商业价值

5.1 已达成合作意向的零售集团

经过展会期间的密集对接，已有部分展商与下列南非本土零售集团达成初步合作意向：

- Woolworths（高端零售）
- PEPkor（大众端龙头，含 PEP、Ackermans 体系）
- Cape Union Mart（户外与都市生活零售）

目前相关合作已推进至样品寄送与价格谈判阶段，预示着实质性订单的逐步落地。

5.2 商业价值归纳

从第九届展会的整体成果看，本展会的商业价值可归纳为三层：

- 订单价值：3 天展期内可完成以往 6—12 个月的客户开发工作，且买家决策链短、转化率高；
- 品牌价值：参展即在中国企业、非盟企业、非洲主流买家中同步建立认知，为后续进入 H&M、Seafolly 等国际品牌的全球供应商名录积累信用；
- 信息价值：通过 WGSN 趋势发布、设计师大赛、时尚盛典等环节，第一时间获取南部非洲市场 2—3 年内的产品方向与渠道变化。

六、2027 第十届展会展望

基于第九届展会的成功举办，第十届中国纺织精品展（南非）的招展工作已正式启动，并带来多项升级。

项目	内容
届次	第十届中国纺织精品展（南非）
举办日期	2027 年 5 月 18 日—20 日
举办地点	南非 • 开普敦国际会议中心（CTICC 2）
组展规模	较往届进一步扩大
官方网站	www.cptfair.com
新增类别一	可持续时尚
新增类别二	数字化供应链服务及配套

6.1 新增展区带来的参展机会

两类新增招展类别直接对应了第九届展会上中国展商已经展现的能力方向，也是南非市场未来三年最旺盛的需求方向：

- 可持续时尚展区：吸引具备国际可持续认证、低碳工艺、再生材料能力的企业；
- 数字化供应链服务及配套展区：吸引 SaaS、AI 设计、供应链协同、智能制造等服务型企业。

6.2 档期提前的战略意义

2027 第十届展会档期由往届的 7 月调整至 5 月，提前进入南部非洲秋冬采购季前期，便于展商在展会结束后即开始订单交付与补货，在「提前 2 个月交付」的窗口期形成对买家的吸引力。

七、参展价值评估与建议

7.1 为什么选择中国纺织精品展（南非）

- 唯一性：非洲南部唯一连续举办九届、由中国国家级行业贸促机构主办的高端纺织展会；
- 买家质量：高。覆盖南非本土龙头集团、国际品牌、设计师集合店三层买家；
- 配套深度：高。商贸配对 + 趋势发布 + 设计师赛事 + 行业研讨四位一体；
- 执行保障：CCPIT TEX + Texpertise Network + 法兰克福展览南非三方协同，中方资源与国际资源兼具；
- 增长潜力：南部非洲被业内视为全球纺织供应链不可忽视的新兴市场，尚处需求扩张期，先入者优势明显。

7.2 适合参展的企业类型

- 面料与辅料供应商：梭织、针织、功能性面料、再生 / 有机面料、辅料配件；
- 成衣与配饰企业：女装、男装、运动、户外、泳装、鞋履、帽饰、包袋；
- 设备与制造服务商：缝制设备、智能裁床、印染、数字化工厂解决方案；
- 供应链服务企业：设计 SaaS、跨境电商、质检、认证、可持续咨询服务。

7.3 建议尽早启动的准备工作

- 提前 3—4 个月：明确参展产品线与目标买家，准备英语版产品资料；
- 提前 2 个月：完成样品与可持续认证资料整理，准备报价模板与 MOQ 方案；
- 提前 1 个月：与主办方沟通一对一洽谈排期，预先锁定重点对接买家；
- 展会期间：除展位接待外，主动加入 Celebration of Fashion、青年设计师大赛等配套活动，争取现场曝光。

八、联系方式与招展通道

欢迎垂询第十届中国纺织精品展（南非）参展事宜，主办方将提供展位申请、买家对接、活动参与等一站式服务。

联系人	电话	手机
孙培宁	010-8522 9376	1860 118 7299
主办单位	中国国际贸易促进委员会纺织行业分会	CCPIT TEX
合作单位	法兰克福展览集团 Texpertise Network / 法兰克福展览南非	www.cptfair.com

结语

「务实连接，稳健前行」是中国国际贸易促进委员会纺织行业分会（CCPIT TEX）在历届中国纺织精品展（南非）上秉持的办展理念。第九届展会的成果证明，南部非洲正在成为全球纺织供应链不可忽视的新兴市场，而中国优质纺织供应商在这里具备持续被验证的专业形象。

2027 年 5 月，第十届中国纺织精品展（南非）将以更大规模、更多展区、更深对接的姿态迎接中国纺织企业。期待与更多中国品牌一起，把「中国纺织」的品质与诚意，带到开普敦，带到南部非洲。