



图看中国好物七十二变

于都：一根纱线织出千亿产业

本报记者 周 欢

1934年10月,中央红军主力等8.6万余人星夜渡过于都河,踏上万里远征。

于都中央红军长征集结出发历史博物馆里,一台斑驳褪色的手摇缝纫机静静陈列,当年于都红军战士葛接调挑着它随军出征,见证了苏区群众一针一线支援红军的赤诚。

一根纱线,牵起历史与当下。

从简单工装到国红旗袍,从人工缝制到智慧车间,从代工贴牌到品牌出海……近年来,于都着力发展纺织服装产业,聚集相关企业3850余家,带动约30万人就业,全行业营收超千亿元,获评中国品牌服装制造名城、全国时尚服装特色产业集聚区、全国纺织服装产业十大特色产业集群等称号。

产品之变

从基础成衣到多元服饰

走进赣州华鑫针织有限公司样品间,一侧,公司落户之初生产的普通针织衫、基础打底服饰,款式单一,色彩单调;另一侧,如今面向市场的时尚提花针织衫、高弹亲肤打底衫、秋冬加厚羊毛混纺毛衣,版型多变,设计新颖。

扎根于都14年间,公司年生产服装款式从10余种增至500多种,年营收提升5倍,折射出于都纺织服装产业持续迭代、多元发展的成长轨迹。

上世纪末开始,大批于都人外出务工,近20年在广东、福建等地形成约30万“于都裁缝”大军,练就了手艺,积累了资本。2010年前后,沿海产业梯度转移,于都抢抓机遇,吸引在外“于都裁缝”回乡创业,发展本土纺织服装产业。

“人回来了不少,订单也有一些,就是配套跟不上,本地服装面料、辅料等供应弱,拉链、纽扣都得从外地买,复杂款、新款订单工厂大多不敢接,整个产业能生产的服装款式少、品类单一。”于都县纺织服装产业发展中心主任段先有回忆。

早些年,彭民华一直在广东打工,2012年在家乡于都创办华鑫针织。“最初,工厂就100多名工人,全靠甲方提供版型、外地调运原料,做一些最简单、最基础的成衣,利润微薄。”彭民华说。

“说到底,还是产业体量小、基础弱,产业链条、生态不成形,产品品类、市场拓展受限,产业做大受阻。”段先有说。

改变,始于2017年——于都把纺织服装产业定位为首位产业,在承接产业转移的基础上,锚定“千亿集群”目标,布局全产业链,着力补链、延链、强链,向集群化发展。

图文物里的潮生活

手搓“微缩博物馆” 解锁文创新体验

本报记者 马睿姍

外形方正,如斗似鼎,复刻山西博物院建筑神韵的“微缩博物馆”精巧别致,文物鸢鸟身着戏服击鼓,晋侯鸟尊稳居C位静静伫立……走进山西博物院文创展厅,全新推出的“解忧博物院”拼搭摆件亮眼吸睛。这件可拼装、可观赏、可收藏的文博文创产品,将古建营造智慧、千年文物与潮流玩法融为一体,让厚重的三晋文化走出展柜、融入日常,为年轻消费者提供了文创新体验。

二层展厅内,往来游客驻足端详馆藏珍宝,西周青铜重器晋侯鸟尊尤为引人注目。作为山西博物院镇馆之宝,“晋魂”基本陈列的主要文物,这件礼器出土于山西曲沃晋侯墓地,承载着深厚的三晋文明底蕴。器物凤鸟回眸翘首,圆睛澄澈有神,象鼻婉转内卷,与器身双足形成三点稳固支撑,兼顾力学巧思与中式美学。器身颈、腹、背、尾遍布细腻羽翎纹,两翼与双足点缀雅致云纹,纹饰繁复精美、层次分明。凤鸟脊背栖立的小鸟,是器物顶盖的抓手,揭开顶盖,内壁“晋侯作向太室宝尊彝”的铭文清晰可见,镌刻着跨越千年的文明印记。

近年来,国产3A游戏《黑神话:悟空》、国产动画《浪浪山小妖怪》带火山西“古建游”。伴随着文博消费持续升温,年轻群

体成为文创消费的主力军,市场需求从单一纪念收藏,变为获得体验感的情绪需求,文创市场从爆发期进入深耕阶段,市场竞争越发激烈。

“当下年轻消费者更愿意为体验、情绪价值买单,这为文博文创产品创新提供了新的机遇,体验式、沉浸式文创消费成为全新赛道。”山西晋观文创发展有限责任公司文创负责人姚香说。

山西历史的精华,不仅封存于展柜之中,丰富的古建筑资源,同样是历史文化遗存的亮点。设计团队逐渐将研发重心向古建类文创产品倾斜,摒弃简单造型复刻的传统模式,主打“动手拼搭”的全新体验,让消费者在亲手拼装的过程中,读懂中式古建的营造之美。与此同时,产品受众定位趋于年轻化,跳出以往文博文创的固有框架,致力于打破博物馆庄重、严肃、厚重的刻板标签。

“博物馆不只是学习历史的课堂,也是治愈身心的栖息地。”姚香说。在一次次创意策划的头脑风暴中,研发团队萌生灵感,以“解忧”为核心打造全新文创IP(知识产权),为繁忙的日常增添松弛感,“解忧博物院”由此得名。

从三季报看中国经济向新向优

王云杉

今年三季度国民经济运行“成绩单”中,两组数据尤为亮眼。

一组来自增长动能,以高端制造、数智经济、现代服务等为代表的新动能对前三季度经济增长的贡献率继续保持在40%以上。一组来自外贸出口,前三季度,货物进出口总额同比增长18.8%,其中装备制造业引领作用突出,贡献了近九成的出口增量。

新生产力持续拔节生长,装备制造业“压舱石”作用凸显。把两组数据放在一起看,二者各有侧重,又相互印证,共同勾勒出中国经济向新向优的清晰态势。

新,体现在增长动能的转换中。工业垂类大模型走进钢厂、港口,把工艺经验转化为智能方案,优化生产流程;人形机器人批量上岗汽车零部件产线,从“试点验证”迈向“常态化作业”;C919大飞机首飞北京至乌兰巴托国际定期商业航线,国产高端装备逐步走向全球市场……一个个鲜活场景、一个个火热的产业现场,见证着动能的变化,勾勒出创新成果加速落地的生动图景。

实景与数据相互印证,透出动能转换的清晰走向。相关数据显示,三季度人工智能、人形机器人等前沿领域资本投资金额同比增长184.1%,9月同比增长198.7%,新旧动能接续转换节奏加快,新动能不断成长壮大,努力挑起经济大梁。

优,反映在产业结构的优化中。观察中国经济,既要看增长速度,更要看发展的成色。前三季度,装备制造业增加值同比增长10.2%,高技术制造业增加值增长14.3%,分别快于全部规模以上工业增加值4.9和9.0个百分点。支撑工业增长的力量正加快向技术密集、附加值更高的环节集中,产业向中高端迈进的步伐更加坚实。

视线转向传统产业,陶瓷产业应用3D打印技术,加快升级发展;煤炭企业运用智能系统监测井下作业,生产效率提高了30%……一个个传统行业在绿色化、高端化改造中释放出新动能、焕发新的竞争力。产业结构之优,优在向高端升级的稳健步伐,优在向智能转型的澎湃活力,相信随着传统产业改造



造,1家工厂入选工信部2024年5G工厂名录,1家工厂获评工信部2025年度数字化转型典型案例。

价值之变

从中间制造到两端创效

过去很长一段时间里,于都的服装企业埋头做代加工,产能可观,利润却微薄,长期处在价值链中低端。

怎么办?向“微笑曲线”两端持续发力,推动产业提质突围——于都一头抓创意设计、一头抓品牌培育,提升产品附加值,擦亮“于都服装”区域产业品牌。

设计,产品跃升的“内核”。

“国外买家看中了28家公司自主设计女装,与10多个设计机构建立联系,吸收了前沿设计理念!”今年5月,2026中国好创意·全国女装设计大赛暨CFDT(于都)女装设计交易会在于都举办。江西脉动智能制造时尚产业发展有限公司总经理肖智勇,带领公司4组、8名设计师参加,收获满满。

大赛实物展示组线上征集收到来自137所院校的679组作品,现场创意组汇聚全国50所院校的377名师生现场角逐,125家参展商参展,共促成300余项设计版权合作,20个独立设计师品牌落户。

以赛促创,以会聚商。近年来,于都持续举办服装设计类赛事、产业展会、博览会等活动,并推出“赛前厂厂、前展后厂”模式——前端赛场、

升级深入推进,产业体系的整体效能还将进一步释放。

向新向优的态势,既体现在当下稳健有力的发展步伐,也离不开着眼长远的布局落子。近段时间以来,我们有促升级的部署——9月,全国先进制造业大会召开,明确推进科技创新和产业创新深度融合,推动制造业向智能化、绿色化、融合化升级;有增动能的举措——10月,《关于发展新质生产力的意见》印发,从5个方面部署19项重点举措,为加快发展新质生产力绘就行动路线图;有利长远的支撑——一批大国工程接连突破、集中上新,新中国成立以来建设的首条通江达海的运河——平陆运河通航,我国沙漠最大油田采出超深油气突破2600万吨,我国首个海上注碳增气平台主体建造完工……从政策部署到落地实践,一项项务实之举接续落地,不断汇聚成推动经济持续向好的坚实力量,让中国经济高质量发展的底气愈发充足。

距离2026年收官已不到80天。我国前三季度经济平稳运行,新动能蓬勃成长、新活力不断释放,为完成全年经济社会发展目标打下了坚实基础。

尽管当前国内外发展环境依然复杂多变,但越是爬坡过坎,越要坚定信心、保持定力,我国产业体系完备、创新势能充沛、政策工具充足,实体经济韧性强、潜力大、活力足,实现全年发展目标具备诸多有利条件和坚实支撑。只要我们坚持因地制宜发展新质生产力,把各方面优势条件发挥出来,落实落细各项政策部署,定能在应对挑战中赢得主动,不断推动中国经济巨轮破浪前行。



展会展示原创设计、开展商贸对接,后端联动本地工厂承接落地,让图纸上的创意快速转化为订单、产品。

此外,于都搭建时尚产业综合体等公共平台,打造设计师空间,引入北京服装学院、武汉纺织大学等高校资源,让设计师、工厂面对面对接,持续打通设计成果向成衣转化的通道。于都还出台扶持政策,对企业自建设计中心、参加时装周、服装设计大赛给予资金奖补,推动更多企业由贴牌加工转向自主设计生产。

品牌,产品增值的砝码。

在赣州合信制衣有限公司制衣车间,绣花机哒哒作响,针头起落间,彩线在布料上游走缠绕,一片盘扣精致的旗袍衣襟渐渐成形。

“现在自己做旗袍,利润空间比过去做代工大。”公司董事长谢平香说,“秘诀就在选对了赛道、树起了品牌”——2019年,谢平香看准国潮兴起带来的增量市场,深挖国风美学,改良传统旗袍版型,创立“素素”品牌,“品牌素雅、朴实的寓意,合体的收腰、适度的开衩、亲肤的面料,让旗袍赢得市场青睐”。

今年4月,第六届消博会上,江西翡丽文德时装股份有限公司举办服装走秀发布秀,展示其时尚女装品牌的最新设计产品;仔衣库服饰推出不掉色、高弹力、抗褶皱的各式牛仔服装……在于都,一批本土企业开始“两条腿走路”——一边承接知名品牌订单,锤炼工艺;一边培育自主品牌,主动开拓市场。

目前,于都纺织服装企业拥有自有商标135个、江西名牌产品21个,规上服装企业自创品牌率达42.2%。“我们将推动‘于都服装’区域品牌与企业品牌双向发力,持续促进代工企业向品牌型企业转型,培育一批特色本土品牌,提升产业附加值。”段先有说。



本版责编:黄金玉 版式设计:张芳曼