

“老三样”焕新记①

编者的话：

习近平总书记指出：“传统产业改造升级，也能发展新质生产力。”过去，服装、家具、家电“老三样”大量出口、走俏海外。如今，“老三样”加快高端化、智能化、绿色化转型，不断焕发新生机，中国制造锚定高质量发展目标坚定前行。“老三样”的时代变迁，刻录着发展足迹。本版即日起推出“老三样”焕新记系列报道。

迈向高端化、智能化、绿色化——

服装业“织”造未来

本报记者 叶子

轻点屏幕，选择喜欢的面料和款式，一件自己设计的衣服就呈现在眼前，转动虚拟人物的身体，还能看到动态下服装的垂感、褶皱等情况；生产车间内，智能裁剪、智能吊挂、智能物流等系统各司其职，机器自动开袋、修边，工作效率大大提升；销售场景里，AI等新技术在数字营销、数字门店、智能导购中全面应用，购衣有了全新体验……近年来，一大批服装企业投身数字经济，加快转型升级，科技、时尚、绿色已成为中国服装产业发展的关键词和新趋势。

发展新质生产力是推动高质量发展的内在要求和重要着力点。把握新一轮科技革命和产业变革带来的历史性机遇，运用新技术进行改造提升，已成为服装行业共识。企业如何推动自身向高端化、智能化、绿色化发展？对此，本报进行了采访。

建设工业互联网平台 一款定制服装，最快3天成衣

只需简单的触屏操作，就可以选择面料、款式、颜色、工艺等，设计搭配出一身专属于自己的服饰……在大杨集团研发的USTYLIT（优思达）服装定制工业互联网平台上，消费者可以轻松完成个性化的服装定制。

对传统的服装生产来说，私人定制具有生产成本高、制造周期长、难以大规模生产及推广等痛点。要想突破这一瓶颈，必须对生产流程进行变革，通过智能化改造，不断优化供应链的柔性程度。

“无论是在技术革新、数字化建设方面，还是在发展战略的制定等方面，我们始终围绕创新这个关键词发力。”大杨集团董事长胡冬梅介绍，为了解决定制服装的种种痛点，企业持续投入，建设了专门的智能柔性定制工厂，将智能制造、工业互联网、个性化定制有机结合，实现智能量体、智能下单、智能排版、智能生产等全流程智能化服务。

想要制作一件定制服装，第一步是量体。这一步骤可以直接由消费者使用APP在线量体试衣，也可以由实体店的量体师现场测量。顾客选好款式、面料辅料、配饰等后，系统进行3D建模，数据直接送达工厂。

工厂接单后，智能排版只需2秒就可成形，然后以投影的方式将等尺寸映射在裁剪机上，机器自动裁剪，大约一分钟就能完成。剪裁好的初版由智能吊挂系统传送到各工序，工人再进行下一步的加工制作。而按照传统做法，设计一款衣服要经过画设计稿、2D排版、备料、打样、改样等多个环节，需要十几个部门协作。制作出来的样衣稍有偏差，又得重新走流程，耗时最少半个月。

在大杨集团大连宽大时装有限公司的生产车间里，一道道工序井然有序地进行着，每天有近千件西装在这里下线。智能吊挂传输系统抓取袖口、衣领、前襟等一件件组成服装的“零部件”，精准送到各岗位工人面前。

一名西装台肩缝制工人对记者说：“因为是做定制服装，每一件的加工工序和要求都不相同。你看，这件需要做肩缝缝制，另一件就不需要。”在他的加工台前，有一块显示屏，上面显示着不同服装不同部位的特定剪裁需求。“过去，我们要在纸质的定制单上区分不同的制作要求，现在全部数字化了。虽然是定制，但效率一点也不比批量生产的低。像我手头这道缝制工序，每天能做700件左右。”车间主任介绍，用了智能化系统后，效率比以前提高了30%以上。

大杨集团副总经理吴江告诉记者，回想过去，1979年，80多名农村妇女在创始人李桂莲的带领下，搬来自家的缝纫机，成立了当时的新金县杨树房服装厂，便是大杨的前身。刚开始，服装厂主要承接国外“来料来款加

工”订单。后来，企业紧跟市场需求，逐步探索以消费者为主导的“按需定制”生产模式，把重点从来料加工、批量生产向服装设计、柔性生产、个性化定制等领域转变。

“我们自主开发生产管理信息系统，整合了订单管理、量体数据、材料备货、生产工序、终端店面等多方资源，链接了全球6000多家供应链企业，一件定制西服从下单量体到制作完成最快只需3个工作日。这样一来，就可以满足大规模单量单裁定制化生产需求。”胡冬梅说。

如今，通过数字化改造，大杨建有7家智能化生产工厂、40条智能化生产线，实现了多品种、小批量、高品质、快速反应的定制化生产模式，自有品牌西装销售到了世界各地。大杨所在的辽宁省大连市普兰店区，聚集纺织服装企业400余家，获评“中国服装名城”“中国服装智能制造名城”。

融入绿色发展理念 工厂节水节电、产品可回收利用

除了积极适应数字化浪潮，服装业还向着绿色可持续发展迈进。

走进鄂尔多斯羊绒服装集团位于内蒙古自治区鄂尔多斯市的工厂，可以看见一台台全自动电脑针织横机正按照已输入好的工艺设计图纸，将一根根纤细的羊绒纱线，织成一件件羊绒衫。

“我们所使用的全成型电脑横机，是目前世界上最先进的一款，一根纱一次成型、一次编织，它是普通电脑横机用电量的1/3。”鄂尔多斯针织一厂经理范忠义说，不同于普通设备，全成型设备可以实现一体成衣，整体工序缩短，用工减少，成本也能降低。

针织一厂编织车间主任杨强介绍，普通的羊绒衫制作是把前身、后身和袖子分开编织再缝合起来，而全成型的生产则是一线成衣，以三维立体方式一次性编织出来，它避开了手工缝合的瓶颈工序，织好了直接就能穿，穿起来更加舒适合体。

从收绒、选绒，到清洗、分梳、染色，再到纺纱、编织、成衣，最后检验、整烫、包装，将羊绒线制成羊绒衫出售，一共要经历120多道工序。可持续发展的理念，也贯穿于每一个环节。

比如在羊绒洗绒环节，鄂尔多斯自主研发超声波清洗技术，能够将附着在羊绒上面的尘土杂质，去除得更加彻底，同时节约20%的用水。在染色环节，工厂采用微悬浮染色技术、植物染料染色技术、无磷固色技术等，使羊绒获得鲜艳颜色，同时最大限度地保护羊绒天然纤维的品质特性，实现节水50%以上。

“我们目前的染色生产线使用的是行业最先进的全自动染色机，配合全自动染料助剂配送系统联网运行，可以完成染化料的自动称重、抓取储存、溶解化料和配送上料，减少人为失误，提高颜色控制的准确性。”染色车间主任王治国说。

设备管理部经理周宇告诉记者，本着高效、低碳、循环等绿色制造理念，企业持续关注实际生产过程中的水、电等能源及化学物质的管控，实现用量合理逐步下降。鄂尔多斯制定和实施了从绒山羊育种养殖、羊绒分级应用、全工序加工制造到废旧羊绒回收利用等全产业链、全生命周期的绿色生产标准，被认定为国家首批“绿色设计”“绿色产品”“绿色工厂”。

“我们推进各项节水技术改造，包括蒸汽冷凝水回收再利用、初期雨水收集回用、市政再生水引入和污染减排、废水循环利用等。经过多年努力，目前园区采用的反渗透膜污水处理技术使污水回用率达到70%以上，年节约水资源30万立方米。”周宇说。

如今，消费者对于高品质、高性能、绿色环保纺织服装产品的需求日益增长。在产品端，鄂尔多斯“善SHÀN系列”中的“再生羊绒”系列产品，就是将旧羊绒制品回收，然后纺成纱线用于织造面料，减少生产浪费。

鄂尔多斯集团总裁、鄂尔多斯资源股份有限公司董事长王臻接受采访时说，新质生产力，首先就是创新。对于鄂尔多斯，要以科技赋能产业转型升级，以品牌重塑焕新带动产业高端化发展，推动产业链向绿转型、向高迈进、向新而行。

“可持续性是我们一切工作的核心。保护好草原，平衡工业化生产对环境的影响，同时向消费者及整个服装行业推广可持续发展理念，是我们肩负的重要责任。”王臻说，希望通过羊绒全产业链的可持续发展实践，引领行业走绿色高质量发展之路。

用数据打通供应链 翻单时间变短了，供货能力却更强了

一款最基本的T恤衫，有3种颜色、5个尺码，加起来就是15个SKU（库存保有单位，即库存进出计量的单位，可以是件、盒、托盘等为单位的，在服装、鞋类商品中使用普遍。）“以前我们只有1000多个款式，现在真维斯各平台同时在售的有2万多款，这30多万SKU如何管理？”采访时，旭日商贸（中国）有限公司惠州真维斯电贸分公司总经理刘伟文抛出这样一个问题。

提起真维斯的服装，中国人并不陌生。1993年，真维斯进入内地的第一家店在上海南京东路开业，此后在全国主要城市步行街开设门店，带动休闲服饰类走入千家万户。至2014年高峰

期，真维斯开设的实体店数量超过3000家。很长一段时间里，真维斯都是“单线供应链模式”。然而随着电商兴起，行业发展环境产生巨大变化。生产预测不准确、生产协同效率低、工厂订单监管难、SKU多管理难、库存管理效率低……成为了困扰传统服装行业发展的痛点。

“传统的单线供应链模式，存在供方导向信息不畅、决策延迟等问题。就像顾客喜欢什么款式，要等他们走进店里产生了购买行为我们才知道，再反馈给工厂，这个周期很长，等服装生产出来，说不定已经不再流行。”刘伟文说。

2009年，真维斯开设第一家网店，自建ERP（企业资源计划）系统，成为最早实现O2O全渠道、多仓多店发货的服装品牌。自2018年起，真维斯以线上销售为主，从服装零售向品牌经营转型。

回到开头提出的那个问题，答案是数字化。

通过数字化中台，真维斯可以实时掌握消费者信息，包括顾客浏览的款式、选择购买时长、购买数量等。将这些数据可视化，就能制定精准的产品开发和品牌销售策略。同时，调动产业链上的合作伙伴，与原料供应、物流保障、加盟销售等各方共享数据，实现敏捷生产和销售。

在从业者看来，服装产业发展新质生产力，背后有着深刻的时代背景。互联网、云计算、大数据等新技术快速发展，直播电商、社群营销等新模式助推服装消费潜力持续释放，这些新情况、新变化倒逼服装企业转变经营思路，不断开辟销售新渠道、进军新市场。

“以往提到服装业，首先联想到的是服装生产的画面，制造业属性很强，因为最早我们的服装业以出口贸易为主，主打量大价优，以性价比取胜；如今，市场整体处于供过于求的状态，消费者对服装的需求更加细分、变化也更快。”如何快速、准确地满足消费者的需求？刘伟文认为，除了产品创新，商业模式创新也尤为重要。

这种新的商业模式，核心就在于引入平台思维，通过科技创新提升各环节的质量和效率。前端整合电商平台的流量数据，后端调动供应链各方资源，真维斯构建了一个前后端高效联动的产业生态。在这一生态下，从企划、设计、选款、开款、测款，到商品运营、品控、物流、仓储、配送等，全链路打通。

打开各电商平台的真维斯店铺，呈现的内容并不一样。这是因为，系统根据顾客浏览历史、购买习惯等生成标签，形成了“千人千面”的展示页面，尽可能将顾客最有可能感兴趣的内容推送到他的面前。

“以前，我们翻单需要45天，现在只需2天。翻单时间变短了，供货能力却更强了。”刘伟文说，工厂提前备好面、辅料，市场测款机制迅速找出畅销款，在此基础上快速补货，就能让消费者及时体验到最新的时尚潮流。现在，真维斯致力于推动产业链供应链优化升级，加快发展现代生产性服务业，实现“购货精准、生产快速、库存减少”的效果。



图①：图为大杨集团旗下高端男装品牌创世旗舰店内景。

图②：在鄂尔多斯羊绒服装集团针织二厂编织车间，挡车工在用电脑横机编织。

图③：图为大杨集团洋尔特工厂智能裁剪车间。

图④：图为鄂尔多斯现代羊绒产业园外景。

以上图片均为资料图片

服装业是创造美好时尚生活的基础性消费品产业和民生产业，也是体现技术进步、社会文化发展和时代变迁的创新型产业。据统计，我国现有服装企业17万家，服装总产量超过700亿件，全行业从业人数约2000万。2023年，国内市场服装销售总额4.5万亿元，出口1591亿美元。中国是全球最大的服装生产国、出口国和空间巨大的消费市场。

党的十八大以来，我国服装行业紧紧围绕党中央的决策部署，全面贯彻新发展理念，加快构建新发展格局，积极推进高质量发展，产业供给能力、科技创新能力、资源配置能力稳步提升，产业增长与质量、结构、布局相得益彰，基本实现了服装“制造强国”的目标。

多年来，服装行业聚焦产业转型升级、动能转换和高质量发展，持续提升时尚体验、满足消费需求。在此基础上，一大批中国服装品牌不断提升原创设计、文化承载与应用能力，

持续融入东方美学和国潮文化，展现出中华文化的独特魅力与自信。同时，全行业新技术研究活跃，新技术、新工艺、新材料运用普遍，全流程数字化转型不断深入，智能化生产、个性化定制、柔性供应链等新制造范式加速普及，新业态、新场景、新服务也有效地推动着消费升级。更为重要的是，可持续发展已经成为全行业的共识和自觉行动。

中国服装行业提出了2035年发展愿景和目标：在我国基本实现现代化的时候，把中国服装行业打造成对全球时尚产业发展有推动、有创造、有贡献的服装强国，

成为世界时尚科技的主要驱动者、全球时尚的重要引领者、可持续发展的有力推动者。服装行业建设核心就是发展新质生产力，焕发产业新生机。我国服装产业发展新质生产力本质上需要根植于国家战略，把握时代趋势，从行业实际出发，变革重塑科技生产力、文化生产力和绿色生产力，转变发展方式，优化产业结构，转换增长动力，形成高科技、高效能、高质量的产业新动能，构建产业发展新优势。

科技生产力是驱动产业全要素、全场景革命性突破的关键性力量。发展科技生产

力，就要进一步加快数字技术、大数据和人工智能在创意设计、产品开发、生产、管理、营销和服务中的应用，通过科技赋能推进产业升级发展、中国制造向“中国智造”转变。

文化生产力是产业文化与精神创造属性的核心所在。发展文化生产力，要洞察当代生活方式的变迁，吸收和运用世界多元文化，尤其是中华优秀传统文化的当代化表达，加强企业时尚文化创意与文化创造能力，加速实现产业价值创造力和时尚话语权的根本性提升。

发展新质生产力 书写服装行业新篇

陈大鹏

绿色生产力是技术进步、社会发展带来的发展理念升级。发展绿色生产力，就要通过技术、模式和管理创新，构建负责的产业生态体系、绿色供应链体系和行业诚信体系，并以人与自然和谐共生的现代化作为价值遵循，建设新的产业文明和商业文明，打造负责的产业强国新形象。

当前，中国服装行业正以高质量发展为主题，以数字化转型为主线，发展新质生产力，加快现代化产业体系的建设，通过高端化、智能化、绿色化、融合化发展，打造世界级企业、世界级品牌和世界级产业集群，全面提升产业软实力，构建服装强国中国精神、中国价值和中国时尚话语权。在中国式现代化建设的宏大背景下，通过守正创新、不断进取，中国服装行业定能书写创新发展新篇章。

（作者系中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长）