

奋进新征程 建功新时代

伟大变革

纺织工业走在世界前列

本报记者 刘瑾

党的十八大以来,我国纺织行业实现了从量的积累到质的飞跃,形成了全球规模最大、配套最完整、不断转型升级的中国纺织产业链。2020年年底,中国工程院组织多位院士和专家对我国制造业26个行业和制造业强国做了对比和分析,并得出结论:我国有5个行业处于世界先进水平,其中领先的是纺织工业。这也意味着我国纺织强国目标基本实现。

科技创新力稳步提升

在位于浙江宁波的雅戈尔集团总部“智能车间”里,智能裁床40分钟就能将制作一套西服所需的面料切割完成,而以往大约需要两天时间;在波司登的一个能存放150万箱衣服的巨大自动化仓库中,搬运、分拣、配送、清点库存全部由机器人完成,每隔6秒企业大数据平台上的全国销量数据都会被刷新一次,并实时分析市场走向。

不仅加工配送过程智能化及装备技术水平取得明显进展,而且在终端环节通过大数据赋能,我国许多纺织服装企业开启智慧门店建设。特步在线下门店放置测量设施,对顾客的脚步、体型、运动偏好等进行标准化的数字记录,利用大数据建模分析形成市场预测结果,一方面输出到市场部门助力促销,另一方面将结果即时同步到产品设计和研发部门进行产品类别和特性调整,市场反应可以立即体现到下一季产品中。

党的十八大以来,我国经济由高速增长阶段转向高质量发展阶段,纺织业生产方式也发生了革命性的变化。在此期间,一批勇于创新的纺织企业通过转型升级,向着产业链更高端加速迈进。我国纺织服装产业数字化、网络化、智能化发展已经走在世界前列,成为新一轮科技革命和时尚变革的引领者。

科技赋能,使我国纺织产业在全球纺织业中发挥着越来越重要的作用。2020年,我国纺织纤维加工总量达5800万吨,占世界纤维加工总量的50%以上,化纤产量占世界比重的70%以上,2021年纺织业服装出口额是3156.9亿美元,占世界的三分之一以上;目前,从国际上来看,我国纺织工业科技创新从“跟跑、并跑”进入“跟跑、并跑、领跑”并存阶段,《纺织行业“十四五”科技发展指导意见》中列出了要重点突破的四大类30项关键共性技术,其中,处于局部领跑的技术有7项,并跑技术8项,跟跑技术15项。

中国纺织工业联合会副会长李陵申表示,从一根纤维到最后的成衣,中国已经形成了全

球最完备的纺织产业链,我国纺织行业在全球价值链中的地位稳步提升,产业链整体竞争力进一步增强。随着创新驱动发展战略在纺织服装行业的深入实施,行业科技发展取得了显著成效,创新能力稳步提升,创新成果竞相涌现,纺织科技实力实现从量的积累到质的飞跃,从点的突破迈向系统能力提升。

品牌文化力持续建设

作为我国时尚圈资历最老又最具活力的时装周之一,广东时装周近日迎来了第30届时尚盛会。在为期5天的时装周里,原创设计、非遗新造、外贸新态、智库赋能、童装发布等主题系列活动陆续呈现,线上直播观看总量达2429.6万人次,单场最高达481.7万人次。

广东时装周的盛况折射出我国纺织服装品牌影响力和消费者的时尚认知度明显提高。中国纺织工业联合会副会长、中国服装协会会长陈大鹏表示,党的十八大以来,我国纺织服装产业持续创新和变革,取得了一系列新成就,逐渐步入以设计创意、科技创新、品牌与文化支撑的协同创新发展阶段。

纺织服装产业的时尚研发和原创能力明显提高。数据显示,目前,国内主要大型商业实体服装品牌中自主品牌占比为85%左右;原创潮流品牌消费规模逐年提升,占品牌消费的比重已超过15%。同时,安踏、波司登等传统品牌以及Beaster、bosie等新锐品牌快速崛起,“平替”成为重要的消费趋势。

纺织服装产业的文化承载和运用能力持续提升。由专业机构、重点企业、产业集群、专业院校组成的流行趋势协同研究发布机制初步形成,全面覆盖了色彩、纤维、纱线、面料、服装、家纺等产业链各环节,全行业的时尚创意设计能力从过去的简单模仿阶段,逐步过渡到主张原创设计、凸显中国特色的自主创新阶段,同时推动时尚元素更多融入产品开发设计和零售渠道环节。

纺织服装产业的科技创新和应用能力不断增强。随着新型时尚消费模式不断涌现,层出不穷的新材料、新工艺、新技术被大量运用,小批量、个性化定制模式成为时尚发展的重点与亮点,从设计、生产到消费的全流程数字化解决方案有效满足了客户的个性化、时尚化体验。

“中国纺织服装行业通过对中华优秀传统文化的创造性转化、创新性发展,一批更趋原创、独立的国潮驱动下的世界级时尚品牌有望诞生,为时尚强国建设提供源源不断的动力,这是推动中国纺织服装产业高质量发展的一个时代

机遇。”陈大鹏表示,我国如今虽已成为世界服装的制造强国,但中国服装行业的发展还需要不断创新前行,特别是产业软实力的构建和文化创造力、价值创造力的提升,要成为对世界时尚有推动、有创造、有贡献的时尚强国。

绿色竞争力不断增强

今年4月,深圳市服装行业协会时尚产业可持续发展工作委员会正式揭牌,同时发布了中国首个高端女装碳足迹评价报告。该报告通过追溯每一件产品的生命周期碳足迹,精细计量产品的能耗,引导时尚全产业链一起完成绿色协同,以切实行动响应国家“双碳”目标。作为全球共识,绿色发展已开始深刻影响产业的成本结构、竞争优势与价值逻辑。

中国纺织工业联合会副会长孙淮滨表示,面对市场环境的变化、综合成本压力、环保压力、劳动力成本上升等一系列因素,中国纺织服装产业必须转型升级,由大变强。

“十三五”以来,纺织服装行业在节能节水、污染防治、资源综合利用、绿色制造体系建设等方面取得了明显成效。“十三五”期间,纺织行业能源资源利用效率持续提升,在产能增加的基础上,能源消耗量保持微增长,万元产值综合能耗下降25.5%;能源结构持续优化,二次能源占比达到72.5%;污染减排成效显著,纺织行业废水排放量、化学需氧量及氨氮排放量累计下降超10%;废气治理和污泥无害化处置水平进一步提高。

中国纺织经济研究中心主任华珊表示,我国纺织服装行业加速向责任导向的绿色产业迈进,以往粗放经营、偷排漏排、不达标排放等现象得到明显遏制,绿色转型内生动力不断增强。除强硬的环保政策压力外,以绿色责任为导向的社会价值观对消费市场的影响力逐年提升,正向驱动企业在技术改造和转型升级上的投资意愿,使得环保投入的价值体现越发明显。

尽管纺织服装产业绿色发展取得了一定成效,但仍有诸多难题亟待攻克。特别是在新发展格局下,在全球应对气候变化共同推进低碳发展的大背景下,行业绿色转型挑战巨大,应积极谋划、尽早行动,开启绿色低碳循环发展新征程。

“随着绿色发展成为全球共识和发展大势,绿色规则出台和制定更加活跃,并开始影响产业的成本结构与竞争优势。”中国纺织工业联合会会长孙瑞哲表示,从技术看,绿色技术整体处在探索期,同一场景下多种截然不同的技术路线并存,稳定性、性价比尚待检验;从市场看,消费者的环保意识开始觉醒,绿色消费已现端倪,但发展依然偏慢。面对调整,行业要顺应大势,也要注意节奏与变化,充分考虑产业的适配性。



上图 在位于江苏海安南莫镇的南通金山纺织有限公司生产车间内,工人正在生产线上作业。
翟慧勇摄(中经视觉)

右图 民族品牌UR-LAZH有兰在2021年上海时装周上展示。
新华社记者 陈飞摄



「织」造国际品牌

体育用品有限公司。

“得益于中国市场的持续扩大和消费升级不断加快,以及品牌在中国及国际体育市场的长期耕耘建设,在经历了10多年的发展,尤其是在成功转型为品牌公司后,卡美体育用品的销量每年稳定增长。”卡美体育用品有限公司董事长刘春沐表示。

本报记者 截至目前,卡美在全国已累计拥有超过100家连锁直营门店,遍布中国一二三线城市,全球共计500多个销售网点;已经形成晋江总部足球产业园、河南滑县鞋服智造中心、漳州台商区印染智造中心3个特色产业园区的布局;拥有福建生产基地和河南生产基地两大智能制造基地。

接下来,卡美将继续在产业专业化、高端化方面精耕细作,坚持不懈弘扬体育精神和“晋江经验”,推动中国制造高质量发展,进一步提升品牌的国际化、综合性和世界影响力,努力成为区域内乃至全国针织行业的“领跑者”。

从接外贸公司的生产订单,到为国际一流体育品牌代工,如今一跃成为国际品牌的拥有者和建设者,晋江远祥探索出了一条值得借鉴的传统纺织服装企业成功逆袭之路。



安徽阜阳太和县的一家服装企业的工人正在生产出口到海外的服装。
梁孝鹏摄(新华社发)