



智能化洗衣工厂。  
成姣兰 摄

欧微智能工厂。  
刘芳 摄

后浪时尚总部基地鸟瞰图。  
受访者供图

# 服饰产业重构生态

## 老产业走新路系列报道之三

株洲日报全媒体记者/成姣兰 刘芳

信息化改变了一切，去中介化，让商业的逻辑正在或已然重构。虽然，株洲服饰产业早在2020年跃升上十亿元规模，但昔日以“二批”闻名的株洲服装市场，正在电商的冲击下备受煎熬，日渐式微。传统产业转型升级如何做？资源配置和生产方式必须按照新的逻辑去展开。批发的商业价值逐渐消失的当下，要不走极致的智能化生产之路，要不成为原创设计和品牌输出的聚集地，强生产还是卖品牌，株洲服饰产业站在转型升级的十字路口。

本期经济周刊，我们仍旧从智能化、高端化、绿色化三个方向，探寻株洲服饰产业跃升之路。

05  
株洲日报

经济观察

2024年6月14日  
星期五  
责任编辑：刘小波  
美术编辑：王玺  
校对：谭智方

### 1. 探索

#### 智能化：数据改变产业形态

走进欧微时尚集团的智能工厂，即可感受传统服饰企业拥抱智能制造的生动场景。

一批真空吸附紧的布料通过传输设备经过自动裁床，可根据版房发出的数据执行指令，一刀裁剪出上千件衣服上所需布料，裁好的布料再通过跨楼层吊挂系统送达另一层楼的缝纫等工序岗位，制作好的衣服经过质检、包装，最后通过跨楼层传送带送入无人仓，用智能机器人分拣，发送到自动分拣线的300多个“购物车”。

这里的“购物车”，就相当于欧微时尚集团在全国的300多个门店。

“从一块布到一件衣服，全部在这栋3层智能工厂的一条生产线上完成。”欧微董事长李玉龙介绍。

智能工厂给企业带来的效益也非常明显。自动裁床不仅提高了30%以上效率，还减少了布料浪费，裁剪品质也有大幅提升；智能吊挂系统既能控制产品不同部位的生产进度，又能及时发现、修改问题，它将复杂工序简单化，人

工效率提升20%，使用空间节省30%。

欧微时尚集团是株洲本土服饰企业，经过十年发展，现已发展成为一家集设计研发、智能制造、品牌营销推广、线上线下销售于一体的服饰企业。

数字化、智能化，对欧微企业管理、生产数据运营方面也有极大帮助。

从某种意义上讲，服饰行业和农业一样，都是“看天吃饭”。李玉龙向记者解释，“一年是否是寒冬，夏季时间的长短等等，都对服装企业的生产、备货、供应链管理等都是极大的考验，甚至决定一年的成败。”

关键是要利用大数据分析。对此，欧微每年都要投入一定资金与相关专业机构合作，购买数据分析报告，对天气进行预判，甚至是利用大数据分析潮流趋势，利用大数据提高新店布局选址的精准率、优化产品投放。

对数字化、智能化的追求还不止于此，下一步，欧微还将投入6d芯片，给生产的每件衣服安装一个“身份证”。“以前盘库存，要通过衣

服的二维码一件一件扫描，今后只要通过设备感应，就可以知道这一包衣服的数量、款式、大小等信息。”李玉龙说，这套系统大大提高管理效率和仓库出货效率，在做好当前数字化、智能化场景应用落地的同时，欧微作为产业链龙头企业也在积极布局产业链上下游关键环节，即将开工建设的龙泉服饰智能制造产业园将很好的提升株洲服饰产业践行智能化、高端化、绿色化的供应链能力。

顺应产业升级、品牌提质、产品创新的需求，正在建设中的后浪时尚总部基地，将配套9万平方米的智能工厂。

株洲展洋置业投资有限责任公司董事长赵武波介绍，新的智能工厂柱距将达到8×9米，相较传统6米宽的柱距，为智能吊挂、智能裁床、智慧仓储、智慧物流等整套智能化生产设备留出足够的空间。

此外，后浪时尚总部基地以研、产、销一体的体系化平台为抓手，通过数字孪生技术的应用，变革升级经营、安防、能耗等园区运营体系。

#### 高端化：品牌是必由之路

断提高，只有依靠做品牌才能获得新生。刘立中说，“当时，大家都不愿意在设计上增加太多成本，但要转型，这是必须要走的路。”

在刘立中看来，服饰企业要打造一个品牌，从研发设计、销售渠道到终端服务都需要树立品牌化的思维。

如今，在他的“魔美名作”，企业每年投入1000多万元研发设计，并在广州、杭州两个服装发达地区设有设计研发点。“在研发设计上，我们一个季度会研发设计出1000多个款，然后优胜劣汰，上市500多个款”。刘立中说，目前，魔美名作在全国已拥有品牌加盟店600多家。

品牌的树立，让刘立中的服饰之路越走越宽。

2022年，刘立中通过市场调研以及品牌

店面销售大数据反馈，文艺风的女装大有可为。他又抓住这一细分市场，单独创立了一个主打文艺风的女装品牌——尔蔻。这个主打文艺风的高端女装品牌，便是刘立中“魔美名作”后创立的姊妹品牌。

从城市发展层面而言，产业社区推动产业的进步与产城融合；从企业发展层面而言，传统产业园已无法适应现代企业的创新发展，以及越来越高的人居和环境要求，从当下产业园区格局来看，生态型总部社区逐渐取代传统产业园，成为发展趋势。

以人为本激发创新活力，后浪时尚总部基地将产业、商业、公园完美统一，实现生产、生态、生活共生融合，搭建起完整产业链，构建出株洲服饰产业多元共生、品牌聚合、上下游联动共享的雨林式总部园区与产业社区。

#### 绿色化：冲破服装产业洗水瓶颈

说到服装产业的绿色化，洗水是绕不开的关卡。

2002年，一大批洗衣作坊落户龙泉村，株洲服饰迎来了加工的元年。一天就能洗衣出货的配套能力，株洲30多家洗衣厂日出货量达六七十万条。“短平快”的打法让株洲服饰影响力迅速扩大，“女裤名城”的称号由此打响。

污染接踵而至。热火朝天的洗衣工业园，粉尘、污水，周边居民怨声载道。2016年，株洲市政府开始规范洗衣行业发展，在芦淞区五里墩建设洗衣工业园，整合本地37家洗衣企业入园，年均污水处理量达230万吨，日均废水处理能力1万吨。

绿色发展的管控，株洲洗衣能力严重萎缩。株洲市鹏辉洗涤有限公司（以下简称“鹏辉洗涤公司”）负责人陈志鹏介绍，当初设计考虑的是全年的平均走水量，然后平均到每一天，并未考虑到服

装产业的淡旺季。目前，株洲日均洗水量仅十余万件，未达实际需求的一半。

洗水的口子不打开，服饰加工业的发展严重依赖外地洗衣工厂，竞争力大打折扣。如放任过去粗放式的发展方式，一方绿水青山将毁殆尽，服饰产业陷入长期的阵痛。

绿色之下谋发展。以鹏辉洗涤公司为例，仅通过无水酵素洗衣原料的引进，为公司提产20%。“新的洗剂只要撒湿即可，第一遍水可完全省下。”陈志鹏说，该技术去年引进，虽成本大幅提升，但相较发往外地洗衣，还是更有性价比。

业内人士估算，目前株洲每天有上十万呢条裤子分流到外地洗衣。外地洗衣要求全部现金结算，且无法把控质量。洗水的全面本地化，是株洲服饰加工人的共同愿景。

进一步提升产能，近两年来，株洲各大洗衣厂纷纷启动洗衣设备智能化升级，实现用水智能化

调配。加上与上游企业在面料辅料的选择上下功夫，株洲洗衣综合产能提升近30%。

然而，不管如何精进，目前洗衣能力终究无法满足产业发展需要。今年，洗衣困局迎来转机。

培育服饰千亿产业，市委市政府通过充分调研，将洗衣作为产业发展的重要一环来考虑。下个月，洗衣产业园二期即将开工建设，一期改造也将同步进行，束缚服饰产业“手脚”的绳索终于打开。

此外，随着产业园区的升级，园区的绿色化发展亦迈入新的台阶。建设中的后浪时尚总部基地探索建立分布式储能电站、电解制氢、充电桩、光伏发电、太阳能路灯等融合发展的新型园区能源结构，实现产业低碳化发展、能源绿色化转型、资源循环利用、设施数智化管理，人与自然有机深度融合的新型产业园区。

随着技术的全面升级和数字化的应用，服饰产业的绿色之路，已越走越顺畅。

### 2. 困惑

#### 从加工厂到智能厂房有多远

业内人士表示，株洲服饰要想摆脱低端的标签，必须做出或找到能做出高品质服装的生产基地。这也几乎成为株洲头部服饰企业的共识。

株洲展洋置业投资有限责任公司董事长赵武波介绍，在沿海，智能服装工厂已成主流，株洲服饰想要做大做强，必须走智能化之路。

后浪时尚总部基地和龙泉（服饰）智能制造产业园显然是智能制造的先行者。然而，智能化生产不能只停留在头部企业。

业内人士估算，株洲服饰企业智能化生产率不及5%。以新芦淞都市工业园为例，290余家生产企

业中，智能化工厂不到5家，全株洲也才十来家。可以说，株洲服饰智能化之路才刚刚起步。

依托全球、全国服饰产业智能化装备的发展，与陶瓷、烟花相比，服饰产业的智能化之路显然容易得多。装备渠道多，成本不高，为何株洲难以向前推进？关键在厂房限制和意识限制。

就如前文所说，株洲现有的合泰、白关等老一代厂房难以满足智能化产线所需的层高和柱距，智能化厂房供应不能成为株洲服饰企业的标配，智能化之路犹如纸上谈兵。

意识层面，株洲多数为小加工厂老板，改变局

面的意愿并不高。株洲服饰产业工人普遍年龄偏大、技能不高，小加工厂老板选择“蜗居”旧厂房继续走还“过得去”的老路，或许是目前比较稳妥的做法。然而，不去着力提高产业工人的生产、生活条件，不提升产品质量，株洲服饰将随“蜗居”而不断沉寂。

刘立中也认为，生产品质跟不上，在市场上的议价能力较低，只能靠着更低的价格及人工成本去和别人竞争，形成“内卷”。最终的结果就是工人吸耐力降低、人力流失，产品缺乏竞争力，产业生态日见恶化。

### 3. 未来

#### 共享平台 搭建新产业生态

以提升产业活力为目标，后浪时尚总部基地应用模块化建筑技术，提出为服饰产业提供保障性公寓的新思路。

有了良好的人才基础，就可以实现服饰产业的智能化、品牌化与高端化。服饰产业的高端化，一方面是智能化带来的品质提升，更主要的是品牌化。

纵观株洲服饰产业，目前走向全国的品牌并不多。从何发力？后浪时尚总部基地提出“品牌聚合”的思路，或许能提供新的可能。“品牌聚合”就是将株洲有愿景、有原创和研发能力的企业聚集，打造株洲原创设计总部区，创新发展聚集区，搭建产业新生态雨林。

在赵武波看来，单独一家可能难以走向全国，但如果株洲头部服装企业聚集发力，影响力不可同日而语。目前，后浪时尚总部基地新媒体平台，通过对欧砚子、薛建军等株洲服饰大咖的访谈，共同探讨株洲服饰产业的当下与未来，期待以他们的争先思维和品牌意识，引起株洲服饰人共鸣，并共同朝着株洲服饰品牌化之路迈进。

作为服饰品牌联合会会长，刘立中说，随着这些年的发展，株洲服饰企业对品牌打造逐步重视，涌现出了不少服饰品牌，从170多家联合会会员来看，至少这些企业都是有很强的品牌意识。

“要进一步提升全行业服饰产业品牌的意识。”刘立中介绍，所谓品牌并非简单的注册一个商标、一个牌子，它应该是整个产业链上下游、各个环节的品牌，需要从包括生产加工在内的各个环节发力，带动株洲服饰产业长得更好、走得更远、发展得更好。

服饰智能化、高端化、绿色化发展，实际上就是服饰行业生产提质升级。“要从思想层面本地服饰加工企业进行倡议，鼓励他们进行工艺、品质提质升级。”刘立中认为，服饰加工的商家首先要转变思路，主动提升品质。同时，还要通过一些龙头企业的影响力，带动一批生产环节的厂家进行升级。

实际上，新的能量已蓄势待发。从洗水这一关键环节出发，陈志鹏搭建了面料辅料、洗水、花色、设计研发等全流程解决方案的平台。在洗水进入淡季的当下，平台研发人员已前往全国各地采样研发，开始打版设计，下个月，秋季款就可供客户选择了。

“这就解决了绝大多数小加工厂无开发设计能力的弊端，也通过产业链整合增强竞争力。”陈志鹏介绍。

三十余年发展，株洲服饰产业有着深厚的产业根基。产业的发展有起有落，实际上，服饰产业各个端口都在整合、升级，新的方向已经锚定，产业生态正在重构，株洲服饰产业，重新走向春天。