

中国服装产业的“底气”在哪里？

为什么服装厂商既能一次接住上万单，又能实现“一人一版”？为什么一个爆款服饰能短时间铺满线下门店、迅速上架电商平台？为什么消费者只是驻足拍照，商家就能精准匹配穿衣风格？

近期，2026中国国际服装服饰博览会（秋季）在上海国家会展中心举办。738家展商、11个专业展区，叠加面料、纱线、针织三大上下游专业展会同期联动，从一根纱线到一件成衣，全产业链创新成果集中呈现。

面对全球产业链重构、消费需求升级、行业加速转型的多重挑战，中国服装供应链的“底气”、韧性从何而来？记者走进展会现场，从一线实践中探寻答案。



中国国际服装服饰博览会（CHIC 供图）

数智赋能全链条，产业加速转型

提到服装产业的智能化、数字化，不少人的印象还停留在车间内机械臂搬运货物的场景。实际上，数智化转型早已跳出单一生产环节，沿着设计研发、智能制造、供应链协同到终端零售、品牌营销的路径，深度渗透服装产业链的每一处节点，为行业高质量发展注入新动能。

步入展会的数智时尚展区，映入眼帘的是3D设计、AI趋势预测、数字孪生与云端协同等创新工具。智能导购、虚拟试衣、自动化“无缝机”、3D虚拟仿真技术吸引着观众驻足，而供应链协同平台、智能车间与

智能工厂整体解决方案已成为头部厂商的标配。

一台“无缝机”展台前人头攒动。现场技术人员介绍：“传统内衣生产工艺需要缝绗拼接，而‘无缝机’采用一次性编织技术实现无骨缝合，能够直接织出成衣。不仅提升了生产效率，还能更好地满足消费者对贴身衣物轻薄、弹性的要求。”

在依明科技展区，兼具潮流感和科技感的AI产品，吸引了大批参观者驻足。工作人员介绍，其门店成交系统可通过智能试衣镜、导购终端，精准识别顾客体型、风格偏好，实现智能搭配、精

准推荐，有效提升终端成交率。

青岛三态比特科技有限公司带来的“轻链AI”产品，可实现智能企划设计、定向设计改款、虚拟试衣、线稿生成、面料创款、多平台营销素材一键生成等核心功能。霖润智能 MuseGate 覆盖AI模特生成、动态视频制作、智能拍摄策划、自动化精修及社媒追踪全链路数字内容，用智能化提升视觉内容产出效率。

过去，服装生产依靠经验预测潮流，而现在，依托AI算法，研判消费趋势、锁定用户风格偏好，让企业的设计、研发、销售做到有据可依。

告别规模扩张 加强品牌培育和创新发

国家统计局数据显示，2026年1-7月，国内服装、鞋帽、针纺织品类限额以上单位商品零售额为8628亿元，同比增速为5.8%。

“当前服装行业已经告别规模增长时代，进入总量趋稳、结构分化阶段。”中国服装协会会长陈大鹏表示，这一背景下，消费需求正发生改变，消费者不再只是满足数量需求，更加看重生活方式、文化诉求、情绪价值。同时，市场持续细分，出现适应性时装等新赛道。

顺应消费新需求和市场新变化，供应链上的创新，是服装产业升级的重要基础。在展会现场，绿色可持续、功能创新，成了产业升级的新亮点。

绿色可持续面料领域，中药染、香云纱、缙丝、纳纱锦等传统工艺面料丰富多彩，天然植物染色、手工织造工艺赋予服装独特的文化质感；中国彩棉集团培育的彩棉，凭借自然色彩的优势，成为母婴、贴身衣物等对绿色环保有更高要求的服饰产品的重要原料。

功能性面料领域，生物基、石墨烯等新型材料广泛应用，羊绒与速干面料跨界融合、无缝一体织瑜伽服、智能调温外套、3D针织登山服等新品层出不穷，打破日常穿搭与户外场景的边界，让服装从传统的保暖遮蔽工具，升级为兼具舒适、功能、智能的时尚穿搭装备。

今年5月，工业和信息化部等五部门印发《纺织服装卓越品牌培育行动方案（2026—2028年）》，明确培育世界级服装品牌为行业十年核心任务，未来产业将形成大型品牌集团与细分赛道特色中小品牌的共生发展格局，以专精特新制造品牌夯实供应链底座，依托产业集群培育区域生态品牌。

陈大鹏表示，未来五到十年，产业革新要完成三个转变：从同质化产品竞争转向差异化品牌竞争；从工业制造型产业转向文化创意和科技创新融合型产业；从完备的制造体系转向多元化的品牌价值体系。

不能忽视的是，当前我国服装供应链仍面临各种挑战，未来，产业仍需在品牌培育、技术创新、产业链协同等领域持续深耕。中国服装供应链需要不断筑牢根基、锻造全球核心竞争力，为我国从制造大国迈向制造强国提供坚实支撑。

据新华网

及时响应，“柔性”正成为企业标配

如果说过去，“小单快反”、柔性生产、快速响应等名词在服装企业里还算新鲜事，那么现在，这些能力已经成为各大企业的必备技能。

传统服装订单从打版到生产交付可能数月，但在记者的采访过程中发现，多数企业在接收到订单需求后，工厂10天内交付产品已经非常普遍。

这背后，是柔性快反供应链模式的不断完善。

大连隆生服饰相关负责人介绍，企业持续联动上下游优质资源，搭建全流程品控体系。同时组建国际化快反研发团队，依托数字化设计工具加速款式迭代，推动生产流程标准化、智能化升级，精准适配多变的市场节奏。

“我们会及时跟上游纱线厂家一起搞研发，用好高品质原料，开发超细羊绒、花式纱、桑蚕丝和羊绒，海藻纤维等其他纤维和羊绒混纺。同时

请设计师参与进来，把原料、做工和设计想法融合到一块，做出有自己特色的产品，把产品价值做高。”清河县电商产业综合服务中心副主任康琳介绍。

另一家小型的羊绒衫生产企业负责人表示，他们有自己的设计师团队和长期合作的面料商，不仅在原创产品上做到差异化、风格化，同时依托“一体化成衣产线”，实现单日订单交付。



某服装企业展会上播放的工厂宣传片 新华网发



中国彩棉集团展示的彩棉 新华网发