

聚力科技创新，以科技创新推动产业创新，广泛运用新技术、新工艺、新材料，加快实施智能化改造和数字化转型。

聚力设计创新，挖掘不同工作场景的细分需求，满足不同职业群体的多元审美，加强产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设的融合。

……

2024中国职业装产业大会近日在甬召开，来自中国服装协会、中国纺织工业联合会和高校院所的专家齐聚宁波，以“聚力创新 共赢未来”为主题，交流分析当前中国职业装产业发展面临的问题和挑战，研讨展望产业未来创新的着力点和增长点，向新而行、以质致远。

记者 殷聪



形色各异的职业装。(殷聪 摄)

# 扬帆起航 看宁波职业装如何竞逐新蓝海

## 让职业装成为一种审美载体

提到职业装，或许不少人的印象仍停留在银行柜员的西服套装或者产业工人的专属工装上。然而，今天的职业装，已演变出全新的形态与价值，重新定义自身的概念和边界。它不再局限于提供劳动防护和工作便利的功能属性，而是进一步成为彰显职业精神和企业文化的审美载体。

“从根本上来讲，我们的行业处在一个大变革、大调整叠加的时代，前沿技术的革命性突破，市场需求的结构性变化，倒逼产业深度转型。”中国纺织工业联合会副会长陈大鹏说，党的二十届三中全会《决定》提出的“发展以高技术、高效能、高质量为特征的生产力”，为新时代中国纺织服装产业深度转型升级指明了方向和路径。

对于纺织服装行业来说，就是要以科技生产力、文化生产力、绿色生产力推动产业的高端化升级和前沿技术的产业化落地，深化创新驱动发展，不断增强新动能新优势。

从市场角度看，职业装是刚性的消费需求，是永恒的朝阳产业。根据中国服装协会的统计数据推算，我国职业装市场规模约4000亿元，有近3万家服装企业涉足职业装生产。日益精细化、多样化、品质化的需求趋势，有效拓展了职业装的市场空间和增长路径。

从产业角度看，职业装是我国纺织服装行业科技创造力、文化创造力及产业链协同创新力的综合体现，需要发挥全国产业体系优势和集成创新能力，使其根深蒂固、枝繁叶茂。

“宁波职业装发展有基础，涌现了雅戈尔、罗蒙集团、金鸟服饰、洛兹服饰、马骑顿、博洋服饰集团、培罗成集团、爱伊美等一批职业装领域的龙头企业。”中国服装协会相关负责人表示，宁波想要持续擦亮“红帮裁缝”这张“金名片”，职业装是重要的突破口之一。

在这名负责人看来，宁波职业装发展要聚力科技创新，以科技创新推动产业创新，广泛运用新技术、新工艺、新材料，加快实施智能化改造和数字化转型，积极探索柔性快反、智能制造、个性化定制等新型生产方式和新的商业模式。

要聚力设计创新。挖掘不同工作场景的细分需求，满足不同职业群体的多元审美，加强产品设计、文化创意、技术创新与品牌建设的融合。

要聚力协同创新。要和产业链上下游及所有利益关联方建立协同创新的生态和共同的价值关系。

要聚力管理创新。顺应大势、练好内功，夯实专业能力与核心优势，打造具有国际竞争力的新产品，向产业价值链中高端迈进。

## 宁波企业抢抓职业装发展机遇

宁波服装企业如何抢抓职业装快速发展的机遇？在本次大会的圆桌论坛上，不少宁波企业给出了自己的答案。

自2019年开始，宁波马骑顿儿童用品有限公司便在中小学校服领域持续深耕，目前已将该业务做成年产值1.5亿元的“蛋糕”。

尽管眼下该板块占企业总营收的比例仍然不大，但巨大的市场潜力让马骑顿董事长兼总经理戴成浩下定决心，做大校服这块“蛋糕”。

“目前，全国仍有不少中小学校的校服制式采用20世纪90年代欧美国家的运动服样式。随着消费需求不断提升，结合传统文化元素，开发具有民族特色的中小学校服呼声不断。”戴成浩说，随着全国统一大市场的加快建设，头部企业的竞争优势得到进一步提升。

3年前，马骑顿从10余家企业中脱颖而出，凭借在校服中植入“书藏古今，港通天下”的元素，成功拿下全市公立初中、高中的校服订单。

在戴成浩看来，特色的工业设计，面料的创新及生产工艺的迭代，将是马骑顿校服板块转型的关键。目前，马骑顿已在生产、设计端进行全方位的迭代升级，待明年3月自动化、智能化改造项目完成后，企业的生产效率将提升3倍至5倍。

与此同时，马骑顿正不断加强与浙大宁波理工学院文化数字化创新实验室等机构的合作，在款式设计、材料开发等领域寻找新的突破口。

“万事俱备，只待市场爆发的那一刻。”面对未来，戴成浩信心满满。

作为中国职业装的领军企业，雅戈尔集团在2018年就打造了5G智能制衣工厂，实现不同工艺要求产品的“混流”生产，生产效率提升了25%以上，批量订单生产周期缩短30%。公司柔性生产能力的提升，为独家定制小批量、个性化的多功能职业装奠定了“数智”基础。

“面对日益激烈的市场竞争，现在的职业装需要不断地探索与创新，以适应新的市场变化。”雅戈尔服装控股有限公司团购部总经理助理张波告诉记者，去年雅戈尔职业装的体量稳步提升，这其中，智能制造立下了汗马功劳。

完成一道工序后，员工只需要按一下按钮，布料就会通过智能吊挂系统传送到下一道工序。每块布料需要裁剪成什么样的尺寸和形状、布料加工的工序及工艺要求，都会一一展现在下一道工序的iPad数据看板上，就像在员工面前放了一本实时更新的操作手册。

“流程的再造，让雅戈尔的柔性生

产成为现实。”张波说，数字化转型对于企业而言，最核心的一点就是降本增效，也帮助雅戈尔构筑了一条竞争对手无法轻易逾越的“护城河”。

博洋服饰集团于2020年开始进军职业装领域，依托材料的创新及服务客户的能力，迅速抢占市场。

“在醋酸面料风靡之前，我们就已将其广泛应用于产品之中，不仅确保了服装品质，更实现了性价比的飞跃提升。”宁波博洋职业装有限公司副总经理张忠岩说，不仅如此，博洋服饰集团所主导的“功能性纺织材料制备技术研发及产业化”项目正加紧推进，另一新型稀土纤维材料也正广泛应用于面料研发中，让产品功能性更强。

“在不少人的印象中，职业装产业已是一片红海。事实上，定制化需求的不断增长，正成为职业装快速发展的新动能。”张忠岩说，在日常的市场对接中，博洋服饰集团发现，越来越多的企业愿意将形象和视觉特点融入职业装的设计中，让职业装多一些个性化的设计，形成独特的企业文化。

因此，博洋服饰集团除了满足客户的显性需求，更注重挖掘那些被忽视却至关重要的隐性需求。比如，独特的企业文化、地域性的人文风情等。博洋服饰集团将这些精髓巧妙融入产品设计理念，从面料选择到剪裁工艺，再到色彩搭配与细节处理，旨在让每一位穿着者都能成为“行走的企业文化大使”，在展现独特魅力的同时，也传递出企业深厚的人文特色。

“一家成功的企业或一个知名的品牌，往往更加追求规范和统一，员工统一着装就是最直观的表达。于是，职业装受到越来越多企业的重视。”宁波市服装行业协会秘书长毛屹华说，市场风向常常是行业动态的证明。

如今，更多宁波服装企业开始进入职业装市场。金鸟服饰、博洋职业装、凯信服饰、松永制衣企业等是近年来宁波职业装的新生力量；春芽子等童装品牌也开始转变思路，进军职业装中的另一个特殊市场——校服。

然而，新生代职业装企业及品牌的崛起，让宁波职业装产业成功迈上新台阶的同时，也意味着市场竞争加剧。从长远看，日益激烈的市场竞争也让职业装的同质化现象越发严重。

“在这种情况下，品牌就成为职业装企业赢得市场的关键。”在培罗成集团副总经理叶辉看来，宁波服装企业想要凸显自己的品牌价值，在职业装市场中就必须树立独特的形象。

机会往往更倾向于有准备的人。显然，无论是品牌、设计，还是材料、“智”造，依靠职业装擦亮宁波“红帮裁缝”这张“金名片”的道路，既遍布荆棘，又充满希望。



博洋服饰集团为宁波银行设计的职业装。(博洋供图)



功能各异的职业装面料。(殷聪 摄)



培罗成职业装展示厅。(受访企业供图)