

72 小时定制羽绒服可交付——江苏这座小城如何引领国际时尚

■ 新华社记者 杨绍功 朱程

今年“双十一”，仅 11 天时间，江苏常熟服装在抖音平台上的销售额就达 52 亿元，同比增长 35.8%。据常熟海关统计，今年 1 至 10 月，常熟纺织服装出口达 190.1 亿元，同比增长 4.7%。

从服装产业到时尚产业的发展之路，这座江苏小城走了 40 多年。常熟，凭何引领国际时尚？

小城蕴藏大能量

50 分钟，纱线变身羊毛衫。
72 小时，定制版羽绒服可以交付。
7 天，冲锋衣、防晒服完成打样、生产、发货。

在常熟，5000 多家纺织企业年产超 5 亿件服装，占据中国羽绒服出口半壁江山；作为全球纺织服装产业重要枢纽，市场连接 179 个国家和地区，线上线下年成交额超 2000 亿元……

常熟素以“江南好山水，苏式慢生活”的面貌示人，但这里的服装设计制造却十分高效，透露着小城的发展活力。目前，常熟纺织服装产业规上产值近 600 亿元，近年来以每年约 10% 的速度增长。

11 月，冬季寒气日盛，正是常熟服装产销两旺之时。走进羽绒服行业领军企业波司登，数万平方米的智能车间里，物料由顶部滑轨迅速运送到各工序操作点，后台屏幕上实时显示着生产数据信息，一件羽绒服从材料到成品最快只用三四分钟。

“今年冬季寒潮提前，叠加 2026 年春节延后，销售旺季延长，我们正抓紧生产、抢抓时机。”波司登工厂负责人说。

常熟白茆塘，波司登 49 年来一直扎根于此。从 11 名农民裁缝、8 台缝纫机起家，如今波司登已成为常熟服装产业从“衣被天下”到“数智引领”的缩影和标杆。从纺织、印染到设计、成衣，完整的产业链是常熟服装的效率密码。上游，每年生产数十亿米绒类面料；中游，服装加工企业 15 分钟内可相互配套；下游，24 小时不停地线上线下销售市场连通全球。

“两重”建设进展如何？如何推动自身智能产业发展？围绕经济热点问题，国家发展改革委 11 月 27 日举行新闻发布会，国家发展改革委政策研究室副主任、新闻发言人李超进行分析和解读。

“两重”建设取得阶段性进展

去年以来，国家发展改革委会同有关部门和各地方，突出国家重大战略实施和重点领域安全能力建设的性质要求，坚持自上而下、注重软硬结合，推动“两重”建设取得阶段性进展。

李超表示，去年和今年分别安排了 7000 亿元、8000 亿元超长期特别国债支持 1465 个、1459 个“硬投资”项目建设，充分体现战略性、前瞻性、全局性；同步推进规划编制、政策制定和体制机制创新，出台实施了一系列“软建设”务实举措。

分领域看，在新型城镇化方面，推动建设改造燃气、供排水、供热等城市地下管网，加快健全管网运行维护管理机制，显著提升城市安全韧性水平。社会民生方面，支持人口流入重点城市新建和改扩建高中 664 所，新增普通高中学位超过 100 万个；支持改造病房 1.5 万间，改善群众就医条件。

“下一步，国家发展改革委将会同有关部门，把‘两重’建设放在‘十五五’全局中谋划推进，为推进中国式现代化建设提

全产业链优势推动集群式崛起。作为全国大型绒类产品基地之一的常熟，年开发新型面料上千种。一种新面料就能催生多家新企业。2023 年，常熟有纺织服装企业 4000 多家，2024 年已增加到 5000 多家。

若只有制衣而没有交易流通市场，常熟服装恐怕很难享誉海内外。20 世纪 80 年代，常熟农民在长途汽车站外搭起 400 多个水泥摊位卖服装。由此发端的常熟服装城，如今已发展为拥有 3.5 万家商户、年线下交易额超 1600 亿元的全国知名服装专业市场。

小时候跟小伙伴在水泥摊位间跑来跑去的张嘉雯，是常熟服装城发展的见证者。现已年过不惑的她，再走进服装城，面对 350 万平方米空间、2.5 万家店铺，不禁感慨：“没有几天时间，根本逛不完。”

线下熙熙攘攘，线上直播不断，常熟鼓励服装产业链顺着网线延伸。目前，常熟有 7 万多人从事电商相关产业，年网络交易额超过千亿元，其中九成交易的是服装。由此，常熟拥有了服装城、直播电商两个千亿级市场，销售连接起 179 个国家和地区。

产业持续“焕新”的密码

被视为传统产业的纺织服装，为何能在这座江南小城持续创新发展、做大做强？记者通过采访感受到，区位优势、科技赋能、政府服务缺一不可。

依托区位优势，崛起富民产业。
位于江苏省南部的常熟，东邻太仓直抵上海，北靠长江与南通隔江相望，向南经苏州市姑苏区、吴江区直通纺织产业同样兴盛的嘉兴、杭州。明代以来，常熟是棉花产区，土布纺织业发达，催生了裁缝等能工巧匠群体。裁缝们把上海等地的市场需求带回，培育了服装产业。

40 多年前，常熟的服装产业借助乡村工业潮流再起步。常熟人骑着自行车将成衣送往上海销售再运回原材料，来回两

百公里十分辛苦。如今，常熟到上海、南京、杭州坐高铁不过一两小时，旅客半小时可到达周边机场，货物一天内能从长江港口发往全球。

“靠近市场的独特区位优势，叠加日益便利的交通物流，让常熟服装产业不断获得新发展。”常熟市纺织服装协会会长高晓东说，当地服装产业正依托长三角一体化带来的协同之利加快提质升级。

智改数转网联，服装生产随心所欲。
传统服装生产中，上一个新款式，流水线要重新磨合，顺利运转要一周时间。这样的节奏，无法适应当前小批量、多批次的市场需求。常熟市工信局局长钱初说，数字化、智能化改造是企业实现柔性生产的关键。为此，常熟聚焦培育更多数字化转型服务企业，推动服装企业智改数转网联。

经过数智化改造的江苏金辰制衣有限公司，总经理陈豪信心满满：“有了‘智慧大脑’支撑，我们得以快速改进工艺，提升竞争优势。客户曾让我们 10 天赶制 6 万件衣服，结果 7 天就完成了。”

服务及时到位，营商温度催生产业热度。

正是冬衣销售旺季，深夜的网络直播间里“粉丝”催着发货，主播刁群群忙个不停。几年间，“90 后”刁群群从直播带货到原创设计，积累了近千万粉丝，月销售服装数千万件。她说，敢做原创设计，不仅因为“粉丝”有需求，更因为原创知识产权能得到及时保护。

服装外观专利常规申请和授权周期为 6 个月，有时专利还没下来产品已经换季了。为了让授权期赶上销售季，常熟积极争取国家知识产权局批准建立知识产权快速维权中心，由此将外观专利授权周期压缩到 5 天。中心去年启用至今已通过快速预审获得国家知识产权局授权外观专利 450 件，让更多企业坚定了品牌化的信心。

“知识产权保护是服装行业的痛点，

“两重”建设进展如何——国家发展改革委解读经济热点

■ 新华社记者 魏玉坤 魏弘毅

于相对高位。

李超说，11 月份以来，随着北方供暖陆续启动，全国能源需求稳步上升，在各方面共同努力下，平稳度过了首轮寒潮。下一步，国家发展改革委将加强组织协调，密切关注、动态跟踪形势变化，在前期工作的基础上，多措并举增加资源生产和供应，严格督促中长期合同履行，切实做好尖峰保供和应急保障，全力保障人民群众温暖过冬。

推动自身智能产业健康规范发展

李超表示，近年来，在创新引领和需求释放的双重作用下，以人形机器人为代表的自身智能产业规模，正在以超 50% 的增速跨越式发展。根据市场调研机构预测，到 2030 年将达到千亿元市场规模。

“我们也看到，当前人形机器人在技术路线、商业化模式、应用场景等方面尚未完全成熟，随着新兴资本加速入场，我



●常熟服装城外景(资料照片)。

(新华社发)

也是产业未来增长的潜力点。”常熟市市场监管局副局长张蔼琦说，通过保护知识产权，当地努力护航服装企业创新发展。

探寻苏式生活美学新场景、新表达

服装行业曾有“八亿件衬衫才换一架波音飞机”的说法，同质化竞争、利润率下滑是常熟服装产业当前面临的挑战。未来向何处去？常熟的答案是：努力向全球价值链高端攀登。

聚焦 AI 全链赋能，户外产业突围、时尚品牌升维三大核心方向，常熟服装产业规划了新的发展蓝图。

今年 10 月，常熟发布《AI+纺织服装产业发展白皮书》，从技术、应用等维度为服装产业智能化转型提供指引。此外，还发布《常熟市户外运动产业发展三年行动计划（2025-2027）》，引领企业推进“产城融合，共同建设‘江南户外运动第一城’”。

在位于常熟西北部的虞山，登山步道旁的跑者驿站里，游客可以购买、租赁登山服、冲锋衣。体验好不好，随时可以在驿站向厂家反馈。

“专业冲锋衣注重功能和品质，价格普遍较高，企业做高端产品要积累用户体验，虞山正是天然实验场。”常熟市纺织服装协会常务副会长周云华说。

投入实验研发，解决行业痛点，满足市场新需求——朴素的价值规律，却也是一些中小企业面临的难题。“没有钱怎么

投入研发，没有研发怎么挣钱？”有服装企业人士问。

跳出鸡和蛋的辩论，常熟的“户外运动产业发展三年行动计划”提出，3 年内，常熟将新改扩建户外运动基地，举办具有国际影响力的高端赛事，引育交易额超亿元户外运动品类电商企业……“有人来、有人用、有人买、有人卖，需求可以重塑生产。”常熟市的干部说。

服装产业攀升价值高端，既要追求材质和功能，更要追求内涵和审美。

如今，常熟以服装为重要载体，正着力探寻“诗意栖居、活力迸发”的苏式生活美学新场景、新表达。

以尚湖、虞山城墙、方塔等地标为实景，以黄公望《富春山居图》为灵感源头，近期常熟在 2025 苏州科技时尚周推出一场时装秀。山、水、城、人与时尚设计交融之美，让国内外人士大饱眼福。

意大利设计师 Milenal Motta 表示，从时尚设计大赛，到青年设计师作品落地的对接服务，都体现着常熟对创意的尊重，对产业生态的关注和深度思考。

定义美、创造美，从培育人开始。近年来，常熟推出纺织服装产业专项人才计划，着力吸引国内外优秀设计师入驻，与国内外设计院校共有时尚人才，鼓励企业用好国内外资源建设自有设计团队。

聚焦时尚、汇聚人才，常熟正努力从“纺织服装制造基地”转型“时尚品牌策源地”。

(转自新华网)

“现代信用体系中，信用修复制度赋予了失信主体在纠正错误、履行义务后，恢复自身信用状态的法定权利，这是保障信用主体合法权益的必要制度安排。”李超说，在信用修复管理实践中，仍然存在一些问题。比如，分类标准不一致、部门职责不清晰、修复渠道不通畅等。

据介绍，办法坚持依法依规、问题导向、公开透明的原则，从三个方面提出了针对性举措：

一是针对部分轻微失信信息公示导致“过罚不当”等问题，明确将失信信息分为“轻微、一般、严重”三个类型，原则上不再公示轻微失信信息，这充分体现了宽严相济的原则。

二是针对信用修复渠道不统一、办理流程复杂等问题，明确由“信用中国”网站统一接收修复申请，按照“谁认定、谁修复”的原则，推送给失信信息认定单位办理修复，并在此基础上，进一步简化申请材料，缩短办理期限，提高信用修复效率。

三是针对修复信息共享不及时、不同步等问题，明确由“信用中国”网站与相关部门、地方和第三方信用服务机构建立信息共享机制，实现修复信息及时同步更新。

“下一步，国家发展改革委将会同有关方面，抓紧做好办法实施前的各项准备工作。”李超说。

(转自新华网)

绿色转型成果日益普及 民企成主要“助推器”

中新社消息，从山川戈壁间林立的“大风车”、光伏板，到高速公路上奔行的电动汽车，再到日常穿着中愈发常见的科技布料，绿色转型成果正深入中国人日常生活的方方面面，民营企业成为这一进程的重要“助推器”。

近年来，中国风光新能源装机高速发展，民营企业是这些“大风车”和光伏板的主要制造者。据统计，在风电整机制造企业中，民营企业约占 60%，光伏设备制造企业绝大部分是民营企业。

光伏板把无穷尽的太阳能转化成绿色电能，是能源绿色转型的重要抓手。但中国光伏企业已不满足于此，而是将“绿色”理念延伸到生产全流程。

在刚刚结束的《联合国气候变化框架公约》第三十次缔约方大会上，中国民营企业隆基绿能发布《2024-2025 隆基绿能气候行动白皮书》，提出“到 2050 年实现全价值链净零排放”的目标与实施路径。

根据这份白皮书，得益于在能效提升与绿电替代方面取得实质性进展，尽管业务规模扩张，但 2024 年隆基绿能运营碳排放总量较 2023 年峰值下降了 37%。

除能源转型外，交通领域同样是减排重点。中国国家能源局电力司司长杜忠明此前指出，全球有一半以上的新能源汽车行驶在中国。

在新能源车企中，民营企业数量众多、活力旺盛，比亚迪、理想汽车、小鹏汽车等民营企业成为推动电动汽车普及的关键力量。

今年国庆中秋假期期间，中国高速公路新能源汽车充电量达到 1.23 亿千瓦时，日均充电量同比增长超 45%，创历史新高。

这一数据表明，随着主流新能源车续航能力的不断提升以及充电基础设施的逐步推进，新能源汽车的“里程焦虑”逐渐得到缓解，越来越多中国人开电车出远门。

绿色理念还体现在日常穿搭中。户外运动正日益受到中国年轻人追捧，主打科技面料的冲锋衣热度水涨船高。

今年上半年，民营体育用品企业安踏最新研发的轻量“风暴甲”碳捕提纤维冲锋衣正式上架，其面料通过捕捉工业废气中的二氧化碳制成。据介绍，该系列较上一代产品可减少约 35% 的碳排放。安踏也由此成为中国首家将碳捕捉技术规模化应用于运动服饰的品牌。

把握绿色转型发展机遇，已经成为中国民营企业共识。在全国工商联发布的“2025 中国民营企业 500 强”榜单中，83% 的企业正积极推进绿色转型，主要路径包括应用先进的绿色低碳技术与设备、实施“绿色化+智能化”双化协同改造、系统开展碳排放核算与监测，以及推动全产业链协同降碳。这些企业不再将“绿色”视作成本中心，而是将之作为提升竞争力和可持续性的战略投资。

中国 2035 年国家自主贡献目标描绘了更长期的碳减排愿景。密集而稳定的政策信号，为包括民营企业在内的广大企业提供了可预期的发展空间。可以预见，民企这一绿色转型的“助推器”将在未来发挥更大作用。

(王梦瑶)

知名民企助力海南自贸港建设 26 个项目集中签约

中新社消息，“知名民营企业助力海南自贸港高质量发展大会”重点项目集中签约活动 11 月 27 日在海口举行。现场集中签约 26 个项目，涵盖旅游业、现代服务业、热带特色高效农业、高新技术产业等领域。

海南省工商联主席丁飞表示，此次签约项目与海南现代化产业体系高度契合，涉及海口、三亚、儋州等 10 个市县，展现出民营企业参与海南发展的广泛性与前瞻性。接下来，海南省工商联将跟进签约项目落地服务，推动项目早开工、早建设、早投产。

“海南优越的营商环境、持续释放的政策红利以及清晰的发展规划，为民营企业注入信心和动力。”海南成杰伟业投资有限公司董事长龚杰表示，公司将在海口骑楼老街及海甸岛核心商圈，投资 3.5 亿元（人民币，下同），打造“海外海商业”综合体项目；同时还计划在海口和琼中布局佛手种植产业园，发展热带高效农业、共享自贸港机遇。

看好海南糟粕醋的饮食文化底蕴与消费潜力，深耕酸汤领域的贵州玉梦食品（集团）有限公司正式布局海南定安。该集团董事长田其明介绍，公司计划在琼投资 1.2 亿元的糟粕醋项目，其中一期 5000 吨生产线预计年底投产，二期计划明年 6 月开工建设，最终将实现年产 5 万吨糟粕醋系列产品的产能规模。“企业将借助自贸港政策优势，拓宽国际销售渠道，将海南特色食品推向全球。”

(张茜翼)

进一步促消费 怎样增强供需适配性？这场发布会回应关切

■ 新华社记者 唐诗凝

日前发布的《关于增强消费品供需适配性进一步促进消费的实施方案》受到广泛关注。如何挖掘释放更大消费空间？政策措施有哪些具体考虑和安排？国新办 11 月 27 日举行国务院政策例行吹风会介绍有关情况。

“适配，就是消费品生产供给端主动适应消费趋势变化，从产品设计开始就精准匹配多元消费需求，实现供给和需求的双向奔赴，在质量、结构、效用等方面动态匹配。”工业和信息化部副部长谢远生表

示，核心理念是实现生产和消费从量到质的转变，让企业从生产更多向生产更对、生产更好转变，解决“想买的买不到、想卖的卖不掉”所带来的要素错配和资源浪费。

实施方案提出两个阶段的主要发展目标：到 2027 年，形成 3 个万亿级消费领

域和 10 个千亿级消费热点；到 2030 年，供给与消费良性互动、相互促进的高质量发展格局基本形成，消费对经济增长的贡献率稳步提升。

“这是我们基于对消费趋势、产业基础和技术变革的综合研判，提出未来一段时期着力培育和拓展的重点领域，其中万亿级消费领域包括老年用品、智能网联汽车、消费电子等。”谢远生说。

谢远生补充介绍，千亿级消费热点包括婴童用品、智能穿戴产品、化妆品、健身器材、户外用品、宠物食品用品、民用无人机、潮玩、珠宝首饰与国潮服饰等。“可以预见，多点开花、分层推进的消费热点格局，能够显著增强国内消费市场的韧性与活力。”

当前，消费市场呈现出多元化特征，旨在精准匹配不同人群需求，实施方案提出多项重点任务，包括丰富婴童产品供

给、加强优质学生用品供给、扩大时尚“潮品”供给、优化适老化产品供给。

工业和信息化部消费品工业司司长何亚琼介绍，在服务婴幼儿和学生群体方面，聚焦“健康成长”和“学习效能”关键需求；在服务老年群体方面，注重“实用便利”与“品质生活”有机结合；在满足年轻群体方面，突出“个性表达”与“时尚引领”。

伴随国潮、文创、非遗产品等消费需求增长，众多适配性强、体验感好的爆款产品不断涌现。如何进一步丰富特色文旅产品供给？文化和旅游部产业发展司司长缪冰阳说，将着力在产品上新、场景焕新、活动出新上下功夫。

例如，激励动漫产业创新发展，持续打造优质 IP；实施文化创意产品提升行动，扩大文化文物单位文化创意产品开发试点范围；发布非遗好物、打造非遗市集，

释放非遗消费潜力；支持各地推出赏冰乐雪、避寒避暑、文创市集等应季应景的产品和服务。

实施方案聚焦商品消费展开。我国是全球第二大消费市场，商品消费仍然占据主导地位。发布会上的数据显示，2013 年以来，我国居民年人均商品消费支出从 0.8 万元提升至 1.5 万元，占人均消费支出比重保持在 50% 以上。

商务部市场运行和消费促进司负责人杨林表示，接下来将从促进大宗消费、壮大新型消费、打造国际化消费环境等方面推动商品消费扩容升级。包括推进汽车流通消费改革试点，扩大二手车流通；聚焦绿色、智能等方向，促进家电家居消费；积极推进首发经济；培育“人工智能+消费”，打造更多消费新增长点等。

营造良好发展环境是实施方案的重

(转自新华网)