

来源：经济日报

当下，好看的春装在各大商场售卖，令人目不暇接，服装业稳步复苏迹象明显。随着我国经济整体好转，今年国内服装消费市场将持续恢复，消费规模将稳步持续提升。

服装是满足人民群众“衣食住行”的基础性消费品，体现着人民对美好时尚生活的向往，在提高生活质量、提振消费市场和促进经济发展等方面发挥着重要作用。作为世界第一大服装生产国和出口国，一直以来，我国服装企业持续推进技术、产品与模式创新，加速向高端化、品牌化方向发展，涌现了一批具有全球竞争力的服装品牌，服装产业正在以供给创新持续引领居民衣着消费升级。

从中长期看，在宏观经济稳步恢复、促消费政策持续发力以及直播电商、网络购物高速发展等因素带动下，服装消费对内需的拉动作用持续凸显。目前，我国居民年人均衣着消费支出为1200元至1450元，美国居民年人均衣着消费支出为700美元至800美元，日韩工薪家庭衣着消费支出折合人民币为每年2500元至4000元。可见，我国服装消费市场仍有巨大增长空间。

经过多年发展，我国服装产业已形成规模庞大、结构完备、配套齐全的产业体系，充分满足了不同年龄阶段、收入水平、行业领域等各层面消费者需求。衣着消费兼具基本必需品、普通消费品、高端奢侈品等多重特征，基于强大生产能力和激烈市场竞争，物美价廉的服装产品极大满足了我国普通消费人群的基本穿着需要。一批中高端服装产品和品牌不断涌现，高级定制、私人定制等快速兴起，更好迎合了居民高端、个性、时尚的服装消费“新增量”。

同时，近年来我国服装产业国潮品牌蓬勃发展，成为消费领域的一大亮点。我国消费结构已进入发展型、享受型消费为主导的新阶段，“Z世代”等年轻一代逐步成为当下消费主力，衣着消费从穿暖转变为穿美、穿出时尚。我国服装产业从以“量”占市场转向以“质”求发展，凭借质量过硬的产品、朴实亲民的价格和优质品牌形象赢得消费者青睐。一批服装企业通过文化传承、设计赋能、科技支撑，创造性开发新产品新款式，带动服装界流行风潮，增强了我国消费群体的民族文化自信和国产品牌消费黏性。

未来，要继续提升高端制造水平，支持行业技术创新，引导服装企业深入开展产学研合作。进一步加强新材料、新工艺、新技术与服装产业融合，推进自动化、数字化、智能化制造装备广泛应用。推动产业由传统制造技术向数字制造、智能制造技术转变，提升高端服装产品开发制造能力。

与此同时，还要增强创意设计，支持设计人才创办服装设计工作室、企业设立服装

设计中心，推广先进设计方法和工具，打造人工智能时尚设计平台，提升时尚设计和创意水平。打造优势品牌，加强品牌建设管理，强化中华文化元素应用，提升品牌文化内涵，大力推广国潮品牌，打造一批创新能力高、消费引领能力强、国际竞争优势明显的优质品牌。要促进消费扩容，围绕消费升级趋势，灵活运用各种数字化营销模式，从穿着场景、时尚美学、生态健康等方面提高产品和品牌的消费体验，推行绿色衣着消费。（本文来源：经济日报 作者：洪群联）