

设计创新驱动纺织服装业高质量发展路径研究

——以浙江省为例

张鑫亿¹, 郑喆², 龚剑超³

¹浙江理工大学服装学院, 浙江 杭州

²浙江理工大学国际教育学院, 浙江 杭州

³浙江理工大学科技与艺术学院纺织服装学院, 浙江 杭州

收稿日期: 2024年5月30日; 录用日期: 2024年6月27日; 发布日期: 2024年8月16日

摘要

为引导浙江省纺织服装业实现高质量发展。本研究基于对设计创新及高质量发展概念的梳理, 结合相关案例, 运用层次分析法(AHP)等方法, 解析设计创新驱动纺织服装业高质量发展过程中存在的问题, 并采用模糊综合评价法, 以浙江省纺织服装业为研究对象进行实证分析, 研究表明, 浙江省应该把握好设计创新资源模块的元素, 将其视为迈向高质量发展的重要着力点。最后从政府、企业两方的视角, 提出了利于纺织服装业高质量发展切实可行的路径。

关键词

设计创新, 纺织服装业, 高质量发展, 创新路径分析

Research on the High-Quality Development Path of Textile and Garment Industry Driven by Design Innovation

—Taking Zhejiang Province as an Example

Xinyi Zhang¹, Zhe Zheng², Jianchao Gong³

¹School of Fashion Technology, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

²School of International Education, Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

³School of Textile and Garment, Keyi College of Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou Zhejiang

Received: May 30th, 2024; accepted: Jun. 27th, 2024; published: Aug. 16th, 2024

Abstract

In order to guide Zhejiang textile and garment industry to achieve high-quality development, based on combing the concepts of design innovation and high-quality development, combined with relevant cases, this study uses analytic hierarchy process (AHP) and other methods to analyze the problems existing in the process of high-quality development of textile and garment industry driven by design innovation, and uses fuzzy comprehensive evaluation method to make an empirical analysis of textile and garment industry in Zhejiang Province. The study shows that Zhejiang Province should grasp the elements of design innovation resource module and regard it as an important focus for high-quality development. Finally, from the perspective of the government and enterprises, this paper puts forward a feasible path conducive to the high-quality development of textile and garment industry.

Keywords

Design Innovation, Textile and Garment Industry, High Quality Development, Analysis of Innovation Path

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

党的二十大为新时期纺织服装业发展定下了基调，强调高质量发展与现代化产业体系建设。纺织服装业对经济稳定增长、国际收支平衡、就业创造及民生改善至关重要。设计创新是推动纺织服装产业链升级、激发创新活力的关键，也是树立新优势的重要途径。浙江省作为我国服装纺织行业的先锋，已建立现代纺织和服装先进制造业集群，并通过一系列政策支持市场规范。同时，浙江积极举办设计创新论坛，培育创意设计园区。研究浙江纺织服装业不仅有助于该省的高质量发展，还可为其他省市提供有益参考。基于上述情况，本研究从设计创新视角入手，运用层次分析法建立评价体系，对浙江省纺织服装业高质量发展水平进行评价，最后综合实证研究，为纺织服装业高质量发展提供路径建议。

2. 文献研究

2.1. 设计创新内涵

“设计创新”作为一个组合词，其中设计是创新的表现形式和过程，而创新则是设计的灵感来源和核心主旨。随着全球经济技术的发展，原本产业发展所依赖的技术更新与市场拓展已力不从心，因此，研究者尝试把设计与创新两个概念联结在一起，针对设计创新概念，意大利管理学学者 Roberto Verganti [1]将其定义为“产品语言及其传递出的信息意义的新颖度大于其自身技术新颖度”的创新形式，并提出了著名的“设计驱动创新”理论，该理论将设计在产业创新过程中的角色赋予了更高层次的内涵，指出除了技术和市场需求这两种驱动力之外，还存在着另一种关键驱动路径，即透过针对深层次情感和社会文化诉求的设计革新手段，有力推进产品的全方位更新换代，从而助力企业在竞争中维持持久的优势地位。

2.2. 纺织服装业高质量发展内涵

纺织服装业高质量发展是当前的研究热点，不同的学者从不同的角度和背景进行了探讨。孙瑞哲(2022) [2]在深入贯彻落实党的二十大精神的基础上，提出纺织行业高质量发展应遵循坚持人民至上，践行以人民为中心的发展思想、坚持自信自立，打造具有中国特色、世界影响的产业生态、坚持守正创新，推动产业质的有效提升和量的合理增长、坚持问题导向，着力提升产业链供应链韧性和安全水平、坚持系统观念，在多目标平衡中推动行业可持续发展、坚持胸怀天下，在双循环格局中构建完善产业空间体系；许菱等(2023) [3]从十九大、二十大报告中总结出纺织服装业的高端化是指其发展模式已从依赖于规模扩张的传统“粗放型增长”模式成功转变，转而倚重于技术进步速率和技术效率双轮驱动的“集约型增长”新模式；中国纺织工业联合会副会长夏令敏(2015) [4]认为在“互联网+”模式下，纺织服装业的高质量发展，不依赖于大规模生产、大量产出和大型项目为传统的制造模式，而是要以精准满足乃至前瞻性引导客户需求为核心，以此催生全新的制造形态。

2.3. 纺织服装业高质量发展设计创新要点分析

在纺织服装业的发展历程中，设计创新扮演着至关重要的角色。在当前高质量发展的新征程中，如何充分发挥设计创新的引领作用，提升整个行业的设计水平，持续激发创新活力已变得十分迫切[5]。本节以浙江省纺织服装业为例，从设计专业的角度出发，重点梳理了高质量发展中的设计创新要点，选取了一些在行业高质量发展进程中取得较大成就或显著绩效的企业，重点分析其被业界广泛学习认可以及被大众所熟知的设计创新实践案例。这些源自现实观察的资料具有一定的代表性和研究价值。如表 1 所示：

Table 1. Element Extraction of enterprise cases

表 1. 企业案例的要素提取

案例名称	实践总结	要点提取
洁丽雅集团	①于中国长绒棉核心产地建研发基地，源头优化产能。②升级毛巾工艺，引入先进设备，抢占中高端市场。③采用“互联网+设计”，打造珍藏、礼盒等高颜值产品，保持领先。④践行绿色可持续观，开发植物染色工艺、“冰感运动巾”等，实现节能减排与经济效益双赢。	①核心动力：品牌建设 ②好原料铸就高质量 ③改进生产工艺，塑造高品质品牌形象 ④创新“互联网+设计”模式 ⑤坚持可持续发展理念
全棉时代	①精选顶级棉花，配 10 万级洁净车间，确保出厂品质。②产品获绿色认证、首张 SGS 碳足迹证书，创新无水、纱布雾化水洗、一体成型工艺，应用“植物染”，实现节能节水降耗。③研发全棉柔巾，依用户需求引领品类拓展，涵盖湿巾、卫生巾、服装等，倡导全棉生活方式。	①坚守品质承诺 ②可持续发展理念 ③以创新助推产业体系化升级
水星家纺	①改良设计，推出抗菌除螨、吸湿排汗床品，提升睡眠品质。②健全质管体系，首引卓越绩效模式，全程把控品质，整合供应链管理。③深化技术研发，推进草本抗菌、植物蛋白纤维等材料工艺的成熟产业化。④精工细作黄金搭档被，其制作时间和成本约为同等重蚕丝被的 5 倍，力求最佳效果。⑤电商团队强化线上优势，新零售中心助力经销商运用新零售模式，提升线下门店获客率，加速业态数字化转型。	①以用户为核心，创新优化产品设计。 ②坚持“标准化”打造优质床品 ③开展技术创新 ④深耕被芯领域，传承匠人精神 ⑤双线渠道建设 引领行业数字化发展
博洋家纺	①孵化 BEYOND SEVEN STAR 等多品牌，构建品牌矩阵。②跨品牌设立品质服务组，提供个性化服务，运用信息化技术打造智能高效服务体系，含婚房布置服务。③联手国际设计师，专注研发，设计师代言提升用户忠诚度。④建 CNAS 认可实验室及用户体验、洗护实验室，保障产品质量。⑤开设高标准形象旗舰店，规模化扩张，展现博洋服务理念。	①打造品牌矩阵 ②注重服务质量 ③会聚全球资源 ④注重产品品质 ⑤终端门店形象升级

续表

万事利集团	①研发绿色印染技术，提升染料利用率，减污降耗。②融合数字技术与实体，推出“西湖一号”数字藏品平台，开启丝绸数字化时代。③以文创为引领，科技为支撑塑造品牌，深挖丝绸文化内涵，使之成为中华文化传播载体。④自 2018 年，研发投入递增，持专利 112 项，建有国家级科研平台。⑤开发富含中国文化元素的时尚文创产品，积极跨界合作。⑥重视引进与培养创新型人才，关注青年员工成长，建立完善的培养与激励机制。⑦出版丝绸文化书籍、电视节目，持续研究并修复古丝绸，传承非遗。	①绿色转型 ②数智赋能 ③品牌打造 ④科技创新 ⑤产品创新 ⑥人才管理 ⑦文化创新
太平鸟集团	①专注服饰主业，强化设计，拥 500 余人的研发团队，年推 10000+时尚新品，高频更新。②精准把握行业趋势，构建全场景、全渠道流通闭环，实行线上线下双平台运营。③作为浙江首个供应链协同创新综合体，与全国 200 余家核心成衣及面辅料供应商合作。④联手 IBM、SAP 打造太平鸟千亿级数字化基础，与华为合作启动 IPD、ISC 战略，推动品牌与产业升级。⑤坚持“一品牌、两抓手、三集成”核心战略，构筑太平鸟持续增长的组织实力。	①聚焦创意研发 ②布局全渠道零售模式 ③搭建供应链协同体系 ④数字化转型 ⑤坚持组织变革 ⑥核心理念：坚持创新变革
雅戈尔	①省内首座服装未来工厂，显著缩短产品制造周期。②构建“智能制造、智慧营销、生态科技”三位一体的工业互联布局，运用工业互联网打通全产业链，以大数据驱动实现原材料至零售终端的全链路连接。③革新中心旗舰店及全国 2000+网点，构建线上线下深度融合营销网络，共建时尚发布平台，应用智能导购、3D 量体等技术，打造“5G + VR/AR”沉浸式购物体验，构建数字化“人货场”新生态。④撤收银台设服务台，顾客凭电子价签选购，线上赋能线下体验，释放店员资源提升服务质量。⑤设立雅戈尔时尚(上海)科技有限公司，作为平台全新打造时尚业务，通过多领域投资并购引进海外品牌，塑造雅戈尔多元“时尚人格”。	①推进智能制造 ②推出工业互联布局 ③智慧营销引领时尚文化 ④智慧零售 ⑤升级品牌矩阵
江南布衣	①级全域零售网络，推出“BOX + 不止盒子”等数智渠道，加大店铺形象与视觉升级投入，提升顾客购物体验。②构建实体、线上平台、社交媒体融合的“数智零售”系统，全面数字化管理设计等环节。③2023 财年江南布衣可持续原料采购占 16.6%，利用边角料制羊毛大衣，实现材料零浪费最大化。④合作融设计图书馆，整理记录传统面料与工艺，将其融入现代美学设计。	①注重消费者体验 ②数字化管理 ③可持续时尚 ④传统文化与设计艺术结合
波司登	①深度融合数字技术与传统羽绒服业，打造国家级智能制造工厂，首创自动充绒等装备，研发物流库存管理系统与可视化数据中心。②精细化零售运营，线上线下全渠道融合，优化布局核心商圈门店与体验店，实现人、货、场、员工全面在线，快速响应客户需求。③开创风衣羽绒服，融合西式风衣与东方羽绒服，面料、版型、功能全方位升级。④推出“极寒系列”、“高端户外”满足高寒生活与旅行需求，时尚运动系列兼顾功能与时尚。⑤调整生产运营模式，积极推进新零售转型，整合渠道数据。	①产品制造数字化智能化 ②零售精细化运营 ③注重产品更新升级 ④功能与时尚相结合 ⑤新零售转型

3. 高质量发展评价指标体系及实证研究

3.1. 评价指标体系构建

1. 层次分析法

层次分析法是一种决策支持工具，用于确定不同因素的相对重要性，即它们的权重。具体过程涉及

将评估的因素两两比较，构建成对比矩阵，并计算其相对重要性。这些比较结果被汇总，并通过一致性检验来验证其合理性。只有通过检验后，才能确定各个指标的最终权重值[6]。

2. 构建依据及指标设定

首先，根据设计创新、纺织服装业高质量发展评价、产业创新评价等关键词搜集国内外相关文献。程萍(2014) [7]在建立高技术产业技术创新能力评价指标体系时，选取了技术创新投入能力、技术创新产出能力和技术创新环境支撑能力三个一级指标对湖北省高技术产业技术创新能力进行主成分分析；李邃(2010) [8]基于层次分析法在构建中国高技术产业创新能力指标体系时，选取了科技创新能力、创新转化波及能力、创新环境影响支撑能力三大维度；周锦(2012) [9]运用层次分析法对文化产业创新程度进行评价，选取了产业创新基础、产业创新能力、产业创新环境、产业创新关联四个一级指标；许珂等(2018) [10]在对新兴产业创新能力进行评价时，选取了创新资源、创新效果、生产能力三个一级指标对指标体系进行构建。

其次，通过对设计创新、纺织服装业、高质量发展等概念的定义，结合专家研讨、政策导向、文献研究、行业特点以及纺织服装业高质量发展要求，经过严格筛选，构建了包含 1 个总目标、4 个准则、14 个具体指标的设计创新视角下浙江省纺织服装业高质量发展评价体系(见表 2)。此体系将为后续问卷调查提供关键指引，有助于精准评估该省纺织服装业的高质量发展状况。

Table 2. Evaluation system for high-quality development of Zhejiang Textile and Garment Industry from the perspective of design innovation

表 2. 设计创新视角下浙江省纺织服装业高质量发展评价体系

总目标层	准则层	指标层
设计创新视角下浙江省纺织服装业 高质量发展评价体系 A	设计创新资源 B1	人才资源 C1
		资金支持 C2
		设施设备 C3
		信息资源 C4
	设计创新效果 B2	产品创新 C5
		用户满意度 C6
		品牌价值 C7
		原创独特性 C8
	设计创新能力 B3	科研实力 C9
		产业规模 C10
		可持续性 C11
	设计创新环境 B4	创新氛围 C12
		合作网络 C13
		政策法规 C14

3.2. 评价指标权重结果

基于层次分析法的计算步骤，确定了各层级指标的权重值，并在此基础上进行了整个评价指标体系的权重综合排序计算。最终结果如表 3 所示：

Table 3. Index weights and total ranking weights of each layer
表 3. 各层指标权重及总排序权重

准则层	权重	指标层	权重	总排序权重
设计创新资源 B1	0.4322	人力资源 C1	0.3815	0.1649
		资金支持 C2	0.3088	0.1335
		设施设备 C3	0.1936	0.0837
		信息资源 C4	0.1161	0.0502
设计创新效果 B2	0.2810	产品创新 C5	0.4948	0.1390
		用户满意度 C6	0.3342	0.0939
		品牌价值 C7	0.1710	0.0481
设计创新能力 B3	0.1979	原创独特性 C8	0.3974	0.0786
		科研实力 C9	0.2540	0.0503
		产业规模 C10	0.2524	0.0500
		可持续性 C11	0.0961	0.0190
设计创新环境 B4	0.0889	创新氛围 C12	0.5679	0.0505
		合作网络 C13	0.3265	0.0290
		政策法规 C14	0.1056	0.0094

3.3. 研究对象选取与数据来源

选取浙江省纺织服装业作为研究对象有其独特优势。首先，浙江省是中国纺织服装业发展的重要地区之一，具有较为完善的产业生态和产业链条，拥有一批规模较大、实力较强的企业和品牌，有利于在设计创新上进行实践和探索。其次，浙江省在设计人才培养和引进方面具有优势，吸引了大量设计人才汇聚于此，为纺织服装行业的设计创新提供了强大支撑。此外，浙江省政府对设计创新和产业升级也给予了重视，提供了政策支持和产业扶持，为纺织服装业的高质量发展提供了良好环境。

设计创新视角下浙江省纺织服装业高质量评价体系包括 14 项指标，各指标意义独特，赋值方法亦不同。获取这些指标数据研究结合了国家标准、学术研究成果、行业分析报告及专家评审意见，同时采用了实地考察和问卷调查等途径，最终积累了丰富的数据资料。

3.4. 评价方法

1. 评分标准

模糊综合评价法通过系统整合多维度信息，将复杂、非量化的评价因素转化为可量化的数值，以精确评估对象性能。在评价浙江省纺织服装业高质量发展的设计创新视角时，为确保准确性、客观性和工作效率，设立了“优秀、良好、中等、较差、差”五个评价等级，并对应不同分值，便于专家进行评分。

2. 构建评语集

本研究共收集 22 份问卷，剔除无效问卷后，得到有效问卷共 20 份，回收率为 90.9%。通过对各专家评分的结果进行汇总，将指标各选项的选择人数除以总人数，得到各指标的计算结果即模糊评价矩阵如表 4 指标隶属度所示：

Table 4. Index membership degree of textile and garment industry in Zhejiang Province**表 4.** 浙江省纺织服装业指标隶属度

准则层	指标层	优秀	良好	中等	较差	差
设计创新资源 B1	人才资源 C1	0.00	0.00	0.20	0.50	0.30
	资金支持 C2	0.60	0.35	0.05	0.00	0.00
	设施设备 C3	0.45	0.35	0.15	0.05	0.00
	信息资源 C4	0.40	0.35	0.25	0.00	0.00
设计创新效果 B2	产品创新 C5	0.00	0.05	0.25	0.50	0.20
	用户满意度 C6	0.20	0.50	0.25	0.05	0.00
	品牌价值 C7	0.00	0.00	0.20	0.65	0.15
设计创新能力 B3	原创独特性 C8	0.00	0.15	0.25	0.50	0.10
	科研实力 C9	0.00	0.05	0.35	0.40	0.20
	产业规模 C10	0.75	0.20	0.00	0.05	0.00
	可持续性 C11	0.30	0.45	0.20	0.05	0.00
设计创新环境 B4	创新氛围 C12	0.30	0.55	0.10	0.05	0.00
	合作网络 C13	0.60	0.30	0.10	0.00	0.00
	政策法规 C14	0.05	0.55	0.40	0.00	0.00

4. 结果分析

为进一步确定不同影响因素的重要程度，需对每一因素进行量化处理。

$$M = (0.2328 \quad 0.2220 \quad 0.1854 \quad 0.2575 \quad 0.1024) \begin{bmatrix} 5 \\ 4 \\ 3 \\ 2 \\ 1 \end{bmatrix} = 3.2253$$

根据评价集分值划分可知，总评价得分处于中和良之间，更偏向于中，因此综合测评结果为中。同理，可以算出一级指标的评价得分和评价结果。根据公式 $M = S \cdot V$ 可计算二级指标得分，同理可得其他二级指标的评价结果，见表 5。

通过表 5 设计创新视角下浙江省纺织服装业高质量发展评价结果可以看出，浙江省纺织服装业设计创新的总评分为 5.4506 分，属中等分段。浙江省纺织服装业具备坚实的产业基础和优越的设计创新环境，若能夯实设计创新资源、提升设计效果和能，将相互促进，有助于推动该行业高质量的设计创新发展。

从准则层来看，浙江省纺织服装业设计创新环境的评分最优，设计创新资源次之，设计创新效果评分最低。从指标层来看，资金支持、产业规模、合作网络评分较高，属优秀分段，说明浙江省纺织服装业高质量发展的潜力极大。设计创新资源中，人才资源打分最低，同时也是综合所有指标中评分的最低项，说明浙江省在培养人才、留住人才方面的问题亟待解决；设计创新效果中，产品创新与品牌价值的评分较低，意味着纺织服装行业在产品研发和品牌建设方面缺乏足够的投入和关注，品牌建设不够完善；科研实力是设计创新能力中评分较低的指标，说明行业在科学研究和技术创新方面需要进一步投入和深挖；设计创新环境中，相关政策法规应该落实到位，如支持科技创新的政策、加强知识产权保护等。

Table 5. Evaluation results of high-quality development of Zhejiang Textile and garment industry from the perspective of design innovation**表 5.** 设计创新视角下浙江省纺织服装业高质量发展评价结果

总目标层	准则层	评分	指标层	评分
设计创新视角下浙江省纺织服装业高质量发展评价得分 5.4506	设计创新资源 B1	5.8496	人才资源 C1	2.80
			资金支持 C2	8.10
			设施设备 C3	7.40
			信息资源 C4	7.30
	设计创新效果 B2	4.4022	产品创新 C5	3.30
			用户满意度 C6	6.70
			品牌价值 C7	3.10
			原创独特性 C8	3.90
	设计创新能力 B3	5.2070	科研实力 C9	3.50
			产业规模 C10	8.30
			可持续性 C11	7.00
			创新氛围 C12	7.20
	设计创新环境 B4	7.3662	合作网络 C13	8.00
			政策法规 C14	6.30

综合表 4 构建的设计创新视角下浙江省纺织服装业高质量发展评价指标体系，权重占比最大的设计创新资源在浙江省纺织服装业高质量发展评分中排名第二，说明浙江省应该把握好设计创新资源模块的元素，将其视为迈向高质量发展的重要着力点。浙江省纺织服装业评分最高的指标为设计创新环境，但在评价体系中权重占比相对较低，这正验证了浙江省较好的设计创新环境因素能够助力高质量的发展。

5. 设计创新驱动纺织服装业高质量发展的路径

5.1. 政府维度：政策引导扶持，优化创新生态

1. 创新政策体系完善

政府运用财政补贴、税收优惠、贷款支持等手段，加大对纺织服装企业创新研发的扶持力度，尤其侧重支持具备创新能力与设计实力的企业，引导其在新材料、新工艺、智能制造等领域创新。同时，设立行业创新基金，鼓励企业与设计机构合作，推动设计研发、技术创新、品牌建设的突破，以提升产品附加值与竞争力，实现产业高端化、智能化转型。

同时，政府应强化对纺织服装业知识产权保护，完善法规与监管机制，鼓励设计机构和企业构建知识产权管理体系，保护创新成果，严惩侵权行为，维护市场秩序。同时，通过税收优惠、奖励等措施激励企业加大创新设计投入，推动行业创新发展。

2. 强化科研助推创新

资金的充足是科研活动顺利进行的基础。政府可以利用财政补贴、税收减免等政策措施，激励企业加大对研发的投入，特别是针对新材料、智能制造和数字化转型等创新领域的研究。还可以通过设立纺织服装行业科研专项基金，专门用于支持具有创新性和市场前景的研发项目，加快产品升级换代，提升行业竞争力。

高水平的研发平台是推动科研创新的关键。政府应支持建立与纺织服装相关的科研院所、实验室和创新中心，并配备先进的研发设备和优秀人才。同时，通过产学研合作，可以加快科技成果的转化速度，将学术研究成果更快地应用到实际生产中，从而促进行业的技术进步和创新发展。

3. 创意人才培养战略

推动浙江省纺织服装业高质量发展，需政府深入了解行业需求与趋势，掌握创意设计人才特性。据此制定针对性人才培养策略，注重理论与实践结合，培养创新思维与设计能力。通过专业课程、实践项目、实习及专家指导，全方位提升学员专业素质。同时，建立评价与激励机制，表彰杰出创意设计人才，吸引更多人才投身行业，为高质量发展提供人才支持。

政府还可以积极引导和支持纺织服装企业自主建立或行业内共建实训基地。这些实训基地将模拟真实的工作环境，为新员工和在职员工提供实践操作的平台，使他们能够在实践中不断磨砺和提升自身的专业技能。同时，政府还可以鼓励企业之间开展校企合作项目，通过企业间的资源共享和优势互补，共同研发新产品、新技术和新工艺，从而推动产业的创新和升级。

除此之外，政府应致力于构建科学且全面的人才评价体系，确立清晰的纺织服装业创意设计人才评价标准和方法。这一体系的建立旨在以客观、公正的视角评估创意设计人才的专业水准和创新产出。同时，为了进一步提升人才的创新动力和工作投入，政府还需精心设计激励机制，如实施创意设计奖励计划、为项目提供资金支持、推出税收减免等优惠政策。

5.2. 企业维度：设计创新驱动，实现产业升级

1. 设计研发深度融合

设计研发的深度融合要求将创意和美感的培养及技术和生产的实现有机结合起来，让艺术设计的创意能够通过技术手段得以实现，同时利用技术创新推动设计创意的升华。设计创新的创意与审美理念可以为纺织服装提供独特的设计视角和风格，使产品更富有个性和艺术感，设计师需要了解纺织品的特性和制作工艺以及纺织服装技术的最新进展，结合最新的科技手段和材料，将其应用于设计中，创造出新颖、独特且可行的产品。

要实现设计研发的深度融合，还需要加强设计创新与纺织服装业之间的跨领域合作与交流。设计师和研发人员需要共同探讨设计方向和技术实现的可能性，实现设计与技术的有机结合，企业还可以建立跨学科的研发团队，利用各自专业的优势，提高设计作品的创新性和实用性，共同解决设计研发过程中遇到的问题，探索创新设计与纺织技术的融合路径。

设计研发还要结合数字化生产技术，如数字打印、数控裁剪等，实现设计理念的快速转化和个性化定制，加强设计与生产环节的紧密衔接。运用计算机辅助设计(CAD)、三维建模和虚拟现实等技术，加速设计过程，提高设计效率和精度。运用先进的纺织工艺和加工技术，如3D织造、数字编织等，实现设计理念的复杂性和个性化需求，提升产品的附加值和竞争力。积极探索新型材料的应用，如可持续纤维、智能材料等，为设计带来更多可能性和创新性。

2. 品牌文化战略实施

首先，品牌需要明确自己的定位，包括目标市场、消费群体以及品牌希望传达的核心价值。通过深入了解目标受众的喜好、价值观和文化背景，确定品牌的定位和核心价值观。例如，是否强调传统文化元素、现代潮流风格还是生态环保理念。利用设计语言和元素来表达品牌文化，如颜色、图案、款式等。这些元素应与品牌定位和受众需求相契合，形成独特的品牌风格和识别度。通过明确品牌定位，设计师可以更有针对性地进行创作，确保设计作品与品牌形象的一致性。

其次，在实施品牌文化战略时，可以借助设计专业的设计理念和表现技巧，结合品牌背后的故事、

核心价值观和文化遗产，将品牌文化融入产品设计中。通过设计的图案、剪裁、色彩等方面的表达，诠释品牌的发展历程、设计理念和文化内涵，使消费者在购买、穿着或使用产品时能够感受到品牌的独特魅力和情感共鸣。

最后是品牌视觉识别系统，包括标志、字体等元素，需要强化这些视觉元素的统一性和辨识度，确保消费者在众多品牌中能够迅速识别出本品牌。同时，设计师还需要关注品牌在不同媒介上的视觉呈现效果，确保品牌形象的一致性和完整性。

3. 市场需求精准对接

首先，企业要进行深入的市场研究，包括了解当前的市场规模、消费者群体、消费习惯、流行趋势等。企业应当捕捉消费者的审美偏好和时尚趋势，将艺术设计与市场定位相结合，打造具有独特美学和商业价值的产品，满足市场需求。

综合运用用户调研、用户画像、用户旅程图等工具，能准确把握消费者的需求、痛点及期待。设计师据此运用艺术设计原理，融合市场潮流与用户需求，创造出能引发消费者情感共鸣的个性化纺织服装产品，如通过创意混搭、鲜明色彩、独特剪裁与纹理印花等元素设计。

基金项目

浙江理工大学研究生教育教学改革研究面上项目(创新需求导向的艺术设计专业学位研究生职业能力与创新素养培养研究)；2022年度校级教育教学改革研究重点项目 jgzd202211《〈视觉传达基础〉课程的创新体系建设与实践》；浙江理工大学2022年度基本科研业务费专项资金资助(22196227-Y)；浙江理工大学浙江省丝绸与时尚文化研究中心基地成果；浙江理工大学国际教育学院标志性成果；浙江省服装工程技术研究中心成果。

参考文献

- [1] Verganti, R. (2008) Design, Meanings, and Radical Innovation: A Metamodel and a Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 25, 436-456. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2008.00313.x>
- [2] 孙瑞哲. 纺织工业推进高质量发展[J]. 上海纺织科技, 2018, 46(2): 64.
- [3] 许菱, 张红, 李彦辰, 等. 纺织服装产业高端化升级路径研究——基于 TOE 框架的 fsQCA 分析[J]. 丝绸, 2023, 60(6): 65-73.
- [4] 中国纺织工业联合会副会长夏令敏: “互联网+”加速纺织业转型升级[J]. 纺织服装周刊, 2015(17): 21.
- [5] 陈杰. 纺织服装企业数字化转型的关键成功因素研究[D]: [硕士学位论文]. 北京: 北京服装学院, 2022.
- [6] 秦妍, 崔明海, 杨春晓, 等. 基于层次分析法的服装结构特征分析及应用——以维吾尔族男性民俗袍服为例[J]. 服装设计师, 2024(Z1): 107-113.
- [7] 程萍. 湖北省高技术产业技术创新实证研究[D]: [博士学位论文]. 武汉: 武汉理工大学, 2014.
- [8] 李邃. 中国高技术产业创新能力对产业结构优化升级的影响研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京航空航天大学, 2010.
- [9] 周锦. 文化产业的创新体系和效率评价研究[D]: [博士学位论文]. 南京: 南京大学, 2012.
- [10] 许珂, 耿成轩. 制度环境与战略性新兴产业创新能力发展研究[J]. 技术经济与管理研究, 2018(10): 106-111.