行业管窥

明确规范产品标准 努力贴近现代生活 出海有技巧

汉服热调查：中华传统文化的回声

■ 本报记者 **刘国民**

近几年汉服热逐渐“出圈”了。以演出服装生意闻名的山东省菏泽市曹县，虽然受疫情影响演出服装生意遭重创，但疫情下当地转型做汉服生产+电商营销，很快成为闻名海内外的汉服生产基地，汉服销售额占全国同类市场的三分之一。汉服热其中有什么来由？近日，《中国贸易报》记者采访了服装行业专家、汉服消费者和汉服企业，了解其中情况，并汇集了很多助力该行业向上提升、向海外发展的宝贵意见。

何为汉服

市面上的汉服种类较多，其样式所依据的参照物或典籍各有不同。例如仿明朝锦衣卫的飞鱼服，以及介于正式汉服与“奇装异服”之间的改良汉服。同时，汉服爱好者之间亦会对不同类型的汉服展开争论，认为有些汉服不够“纯粹”等。汉服品牌栖凤阁方面解释说，汉服圈有“秀女派”还有“考据派”。“考据派”会根据出土文物和相关典籍记载来决定一件汉服怎样设计制作，搭配哪些配饰。

西安工程大学服装与艺术设计学院副教授、硕士生导师张彬介绍，汉服不仅仅是指汉代的服饰，而是指整个汉民族的传统服饰。他从色彩文化、款式文化和结构文化三个角度解释了汉服的概念。

在色彩文化方面，张彬介绍说，从感性直观的视角捕捉色彩是中华民族独特的色彩观念，这些色彩观念最早被中国古人用到服饰文化中。中华民族讲究“天人合一”，服装色彩是在“仰则观象于天，俯则观法于地，观鸟兽之文与地之宜，近取诸身，远取诸物”的实践中产生的。“文质彬彬”是儒家对服饰审美礼仪的要求。

在款式文化方面，张彬认为，在中国传统汉服款式中，最具有代表性的即是“交领右衽式”。“交领”即是衣领与衣襟相交，上下叠压于胸前，左片衣襟在上，右片衣襟在下，用带在右侧腋下系结。此外，由于民族之间文化交流的加深，服饰款式经年中发生很大变化。中国传统汉服中圆领“侧开叉式”即是来源于北方游牧民族。唐代以降，“圆领侧开叉式”汉服进入官僚体系，成为官僚体系中不可或缺的服饰。“直领对襟式”汉服在宋代女子服饰中应用广泛，如褙子。

在结构文化方面，张彬介绍说，与西方的三维立体剪裁结构方式不同，中国传统汉服采用平面剪裁的方式。平面剪裁的优势在于布幅之间无褶皱，能形成人与服装之间的合理空间，展现出服装的飘逸、灵动之感。这进一步体现出中国传统汉服宽博大气、含蓄之美。此外，平面剪裁还能够节省布料，最大限度地减少浪费。汉服在裁剪制作中严守“上衣下裳”的原则，其中深衣在裁剪时本可以上下通裁，但为了不违背该原则，采用不通缝、不通幅的制作原则，上下分裁，然后再合缝。

为何喜爱汉服

在中国经济快速发展的势头下，近些年来，汉服产业呈现出欣欣向荣之态，为我国服装行业的发展带来了新机遇及不可估量的经济效益。

“90后”消费者小王告诉记者，她买汉服的原因是汉服设计比较漂亮，不像时装对身材要求比较高，汉服对身材要求较低，包容性强；年轻一辈更热爱传统文化，喜欢汉服自带的古典气息；女生爱美，有仙女梦，如今正好有了漂亮的汉服，心理上得到满足；当穿汉服的人变多后，更多的人会受到影响也去买一两套。

作为资深汉服爱好者，栖凤阁负责人经历过当年很少有人穿汉服、很少有人在意汉服的阶段。他告诉记者，汉服热与民族复兴大背景有关，是国人文化自信的体现，现在的大学生更加推崇、热爱中华传统文化，海外的留学生对汉服的接受度也较高。

在这样的大背景下，汉服商家为了扩大市场，重视客户的全方位体验，不仅销售汉服，出租汉服，他们搭建的古典场景，提供的化妆造型服务、摄影服务，也是汉服热的助推因素。以北京一家“网红”汉服体验店为例，店里既有汉服销售区，还有古装布景区和古装摄影区，让消费者沉浸其中。

受众对汉服的热爱与目前销售的汉服在品质上的差距问题也引起了记者的注意。从北京市两家知名汉服店情况来看，店里的很多汉服用材一般，做工也不十分精细。汉服消费者小王也有同感，“有些汉服质量一般。当然也有质量好的汉服，但价格很贵，一套价格一两万元。这类高价汉服一般是定制的，量好尺寸后等一段时间才能取衣服，线下店铺一般看不到。”

对此，西安工程大学服装与艺术设计学院服装工程系教授刘静伟认为，汉服制作应细化产品标准。汉服制作质量分两个方面，一是服装产品质量，包括材质、缝制工艺、颜色稳定性等；二是审美与文化质量，包括美感的类别（时代审美），材料、款型等文化背景等。张彬也认为，汉服在快速发展的过程中，其设计制作质量和相关标准有待完善提高，“首先应从真正理解汉服文化入手，关注汉服背后的文化，从物质上升到精神层面，最后再回到汉服的设计制作上。”

武汉纺织大学服装学院讲师张梦云留意到，目前市售汉服主要有两类，一类是制作精良，大量运用手工工艺，汉服形制准确，能够反映乃至复原对应时期的文化艺术特点；另外一类是形似但忽略文化艺术特点，存在形制错误、工艺粗糙等问题。“出现这些问题也与当前的主要消费群体有一定关系。‘00后’是汉服主要消费群体，他们对汉服的文化艺术价值了解不深入，更多追求‘好看’，存在一定的盲目消费情况。部分商家不太关注汉服内涵的表达，因此有必要完善汉服的制作质量要求和相关标准进。”

据了解，汉服品牌栖凤阁曾和东华大学一起制定一些行业标准。

汉服如何融入现代，走向海外

记者留意到，在景点穿汉服拍照是汉服爱好者较常见的做法。至于在景点之外的场合，一些汉服爱好者担心惹人非议而不穿汉服。可见让汉服融入现代穿着和生活中，并不容易。

栖凤阁负责人说：“对汉服的穿着不能只是停留在景点拍照层面，可以多在婚礼、成人礼等场合穿着汉服展示我国传统文化。我曾去海外孔子学院做过礼仪方面的培训，深知衣服是外在的，弘扬背后的礼仪文化更重要。”记者了解到，在河北一些地方，为即将升入大学的高中毕业生举办成人礼时，确实有学生穿着汉服登场。

张彬坦言，为了适应现代生活的需要，汉服也应该在不违背传统的同时做适当的创新，不断融入到现代人的日常穿着中。具体来说：一是如果能把中国传统汉服色彩文化中的“崇红、尚黄”等观念应用到设计中，可以解决色彩单调的弊病；二是除了保持服饰的“开领对襟式”之外，也可同时融入“交领右衽式”“圆领侧开叉式”“直领对襟式”等款式，使现代汉服设计的风格款式更加多样化；三是在立体剪裁的基础上，可以借鉴平面剪裁方法所带来的优势，注重“上衣下裳”“深衣制”“襦裙制”等多种结构形式。

“我觉得汉服的形态、版型应该保留传统汉服的特点，这是基于一定的历史、文化、艺术、生活背景自然形成的，应该得到传承。现代汉服设计可以从花型、纹样、色彩和细节上融入现代的设计元素，做到传统与现代的结合。”张梦云认为，“00后”一代的部分群体对于汉服及相关文化有一定的热爱，可以有针对性地开展汉服文化相关的主题活动，扩大汉服的影响力，一些传统历史文化景点可以结合景点文化开展有趣的文化科普，增强游客对汉服文化艺术价值的认同感，进而使汉服更多地融入日常穿着中。

刘静伟则认为，我国历史悠久，不同时期产生了不同的审美诉求，汉服要显现具体的美感，美感是可以穿越时空的。

成为新国货的汉服，不仅在国内火，在海外也受到欢迎：汉服品牌十三余出海成绩显著；汉服淘宝店“逍遥斋汉服”卖到了超过10个国家和地区；安徽省芜湖市繁昌区孙村镇年产汉服数万件，其中半数销往国外。

刘静伟分析说，“服装是作为文化的载体向外交流的，所以推广汉服不是卖几件服装的问题，是中国文化如何被世界认可并欣赏的问题。”

张彬认为，汉服拓展海外市场有几点技巧：一是汉服的传承与创新设计。在现代汉服设计中，挖掘中国传统汉服背后的文化价值至关重要。要把传承传统汉服文化、应用非物质文化遗产与汉服元素创新三者紧密结合，让现代汉服设计成为既符合现代人的审美标准，又发扬中国传统汉服文化的重要途径。二是符合海外市场中人们追求的汉服时尚。此种技巧与明清时期中国陶瓷对外出口理论相似。在当时为了符合海外市场的需要，中国外销陶瓷上出现的纹样已经不仅仅有中国元素，外国元素应用在陶瓷上也是普遍的做法，外销海外市场的汉服设计也应是如此。在汉服设计的过程中，融入西方的立体剪裁、色彩喜好等，会更加符合海外民众在穿着方面的要求。

张梦云告诉记者，“我在国外留学时看到，外国人喜欢的不光是汉服的形式，同时也热爱传承几千年的东方文化，正是基于这一点，中国的汉服出口不光是商品的出口，同时也是文化艺术的出口，是我们向西方传播中国传统服饰文化的重要途径和方式，所以更应该在这一过程中体现中国文化的价值和中国制造的品质。”她还建议，相关机构可以考虑加强对汉服设计及制作相关人才的培养，如服装设计类专业通过设置相关课程或实践环节，设计（师）协会、时装周等机构通过增加汉服的专场时装秀等方式扩大汉服的影响力，提升汉服的总体品质。

（实习生王紫烨对本文也有贡献）

由中国电力建设集团有限公司（中国电建）承建的以色列特拉维夫轻轨绿线G3-4标段工程4月24日开始施工，将建设一座轻轨大桥和一座建筑面积2400平方米的轻轨地面车站。图为工作人员在以色列特拉维夫的轻轨项目现场作业。
新华社记者 **王卓伦** 摄

疫情对服装业影响具有多面性

本报讯（记者 **林畅** 实习生 **侯珺**）4月25日，《见者说》讲坛首次在线举办，晨风集团股份有限公司高级顾问尹国新分析了疫情对中国服装业产生的影响。他说，疫情对行业的影响是短暂的，但服装行业目前“做品牌的太少，卖衣服的太多，对长远来讲影响很大。”

尹国新表示，疫情对我国服装企业短期影响很大，尤其体现在运输压力上。比如面辅料的运输，目前长三角的许多工厂面临着有面料、缺辅料，或是有辅料、缺面料等情况，很难做到有效顺利生产。同时也存在着做好的货发不出去的困境，给工厂生产运营造成诸多困难。其中品牌企业的压力更大。

“等国内疫情得到控制后，从长期来看，我国服装业将会很快得到恢复。原因一是我国纺织产业链较为完善，二是我国服装生产的综合实力比较强大。”尹国新说。

至于疫情对我国服装业国际市场的影响，尹国新分析说，2021年我国服装出口暴涨，当年我国服装出口额1703亿美元，同比增长24.0%；而据海关总署统计快讯，今年一季度，服装出口356.8亿美元，同比增长7.4%。从数字上说，不论是出口量还是份额，疫情下我国服装企业形势是较好的。

东盟仍是中国服装重要出口市场。另外，东南亚国家放宽入境限制，消费预期转好。但也会担心，原本回流到我国的订单有可能会再次开始外流。

资源保障“基石计划”降铁矿石对外依存度

本报讯 中国钢铁工业协会4月25日表示，正在推进落实资源保障“基石计划”，推动国内新铁矿资源开发、境外新增权益铁矿、废钢资源回收利用等工作有序开展，提高钢铁工业资源保障能力。

目前，国际大宗商品市场波动较大，钢铁生产用铁矿石、炼焦煤、焦炭、废钢等原燃材料价格快速上涨，且持续处于高位。

一季度，炼焦煤、冶金焦、废钢平均市场价格每吨分别为2813元、3167元、3665元。

“叠加疫情防控趋严对人员流动和物流运输造成的影响，钢铁企业成本持续上升，提高经济效益难度增大。”中国钢铁工业协会副会长兼秘书长屈秀丽4月25日在北京举行的发布会上说。

中国钢铁工业协会副秘书长鲁兆明表示，为提升中国钢铁行业资源保障能力，中国钢铁工业协会研究从国内矿、海外矿和废钢三大铁素资源来源入手，明确保障目标的三大节点（2025年、2030年、2035年），提出实施“基石计划”建议。同时，中国钢铁工业协会组织有关行业协会、重点企业成立钢铁行业资源保障工作组，协调推进“基石计划”的启动和实施。

据公开报道，旨在加强资源保障的“基石计划”建议已上报国家发改委等4部委。“基石计划”提出用2至3个“五年规划”时间，切实改变中国铁资源来源构成，从根本上解决钢铁产业链资源短板问题，进而降低铁矿石对外依存度。

鲁兆明说，“基石计划”得以顺利启动，为解决行业资源保障这一重大痛点问题开了一个好头。 **（阮煜琳）**

京东云以数字化打造全产业链一体化服务

■ 本报记者 **刘禹松**

在城市产业发展中，不同主体有着不同需求——“政府要监管”“产业要提升”“企业要服务”。4月26日，京东云产业融合新品发布会——城市产业服务专场活动推出了解决上述问题的办法：京东云城市产业服务平台，并同时发布了产业大脑一体化解决方案、产业智能供应链解决方案和能源管理与碳排管理园区双碳解决方案（“能碳云”）。

记者了解到，京东云城市产业服务平台以城市的视角看产业，针对城市产业发展中不同主体的需求，向政府和企业提供集“产业规划、辅助招商、产业培育、品牌打造、人才孵化”为一体的“平台+运营”综合服务。

培育产业集群高质量发展的“最强大脑”

为有效解决城市产业集群上下游协同能力弱、产业数字化平台投入高、中小企业数字化程度低、企业行业数据共享难、产业精准治理手段欠缺等问题，京东云推出了产业大脑一体化解决方案，通过“数智一体”与“技术+运营”模式，提升产业精准治理能力与行业数智化水平，打造产业集群化发展新范式。

基于京东云城市产业服务平台的技术支持，京东云产业大脑一体化解决方案以产业数据仓为基础构建产业数智化底座，通过安全互信的技术与机制，发挥数据要素价值，支撑产业应用与创新。在产业数智化底座基础上打造服务于产业精准治理、产业数智化、产业生态开放共生的三类产业大脑创新应用，并通过“技术+产业服务”的完整运营模式支撑细分行业产业大脑建设。

今年年初，浙江省经信厅评出“2021年数字经济系统优秀细分行业产业大脑”。京东云联合浙江清华大学长三角研究院共建的浙江省台州玉环市“泵阀（水暖阀门）产业大脑”成功入选，位列浙江省产业大脑前三名。

浙江清华长三角研究院台州创新中心副主任陈维威介绍说，水暖阀门是台州玉环第二大产业，但近10年来行业发展遇到一定瓶颈，企业整体面临“销售渠道开拓难”“数字化转型贵”“产业链把控难”等问题。清华长三角研究院联合京东云以产业共性问题为切入口，建设泵阀（水暖阀门）产业大脑。“泵阀（水暖阀门）产业大脑”围绕水暖阀门产业全周期、各链条新优势重构，以“产业大脑+未来工厂”为核心，以智联阀门产业互联网平台为技术支撑，通过大数据、云计算、区块链、物联网等新技术新服务模式，推动产业链资源、服务生态资源集聚，聚焦产业生态、新智造应用、共性技术、集成服务应用场景，形成一批典型应用场景，提升水暖阀门产业智能化、高端化发展水平，构建龙头引领、梯队协同、优势互补的水暖阀门新智造产业集群。

目前，斯丹特阀门、利群阀门等50多家企业已依托产业大脑开展数字化改造和前期调研改造工作，企业实施成本降低50%以上，实施速度从3个月降低到15天以内，设备监控单月增加规模超过500套。

助力产业经济协同发展

在京东云看来，城市产业的发展离不开供应链思维。为打通产供销、仓运配的供应链各个环节，整合和优化供应链中的信息流、物流、资金流，提升供应链效率，避免资源分散与信息割裂，京东云提出了产业智能供应链解决方案。

具体而言，该解决方案通过改善产业链上、下游供应链关系，整合和优化供应链中的信息流、物流、资金流，提高供应产业、制造产业、零售产业、服务产业等的业务效率，为供应链各环节降本增效提供数智化服务，为本地产业发展提供战略性决策支撑和实施路径，最终获得产业整体竞争优势。

目前，京东云产业智能供应链解决方案已经在陕西省白水县成功落地。白水县苹果栽植面积55.8万亩，拥有苹果加工企业105家，机制冷藏库125座，全县从事苹果营销的各类经纪人超过2万人，各类苹果营销企业、合作社260余家。2021年11月，白水县作为苹果全产业链典型县入选了全国农业全产业链重点链和典型县建设名单。

促园区实现“双碳”目标

园区作为产业集聚发展的核心单元，也是国家经济发展的主要载体。京东云凭借多年沉淀出来的物联网操作系统，从园区运营、管理的实际角度，推出了“能碳云”产品，推动园区能源清洁低碳高效利用，助力园区实现“双碳”目标。

“能碳云”核心功能是实现能耗指标和碳指标的可跟踪、可分析、可视化，实施监测、及时预警和持续优化。具体而言有三个方面：一是泛在化感知全面监测碳元素生成和消减过程，通过数字管控功能实现园区设备、数据的连接和管理；二是数字化手段整合节能、减排、固碳、碳汇等碳中和措施，构建能碳应用，实现园区能源管理、碳管理；三是以智慧化管理实现产业低碳化发展，构建园区低碳生活功能。

据悉，在京东云“能碳云”的支持下，京东“亚洲一号”西安智能产业园目前已经获得了国内物流行业首个碳中和园区认证。