

# 3年增产20倍 产品远销欧美 天门服装黑马 在“嗒嗒”声中奔向世界

湖北日报全媒记者 赵莎莎

11月13日清晨,天门悦姿服饰有限公司(以下简称“悦姿服饰”)生产车间里,缝纫机的“嗒嗒”声如密集鼓点,数百名工人正在流水线前加紧赶制一批即将发往美国的时尚女装。

“2020年从广州返乡创业时,整个团队只有十几人,如今已发展到管理团队150人、产业工人2000人的规模。”在生产车间,总经理刘建勇穿梭于一排排高速运转的缝纫机之间,时而俯身查看缝线工艺,时而与车间主管沟通生产进度。

一串串数字见证这家企业的飞速成长:从2021年年产服装50万件,到2024年突破1000万件,3年间增长20倍;年销售收入从创业初期的数百万元跃升至如今的5亿多元;产品远销美国、德国、加拿大等国际市场,成为省级服装跨境电商供应链的头部企业。

如此快速的发展,悦姿服饰究竟掌握了怎样的密码?走进天门白马服装原创电商基地,答案逐渐清晰。

在这个总建筑面积55万平方米的产业园区内,面料区、辅料区、生产加工区、电商直播区及智能云仓等功能区块有机衔接,形成完整的服装产业链生态。

“基地就像个‘产业超市’,从一颗纽扣到一件成衣,所有需求都能在这里‘一站式’解决。”悦姿服饰行政主管徐蒙形象地比喻。完善的配套让企业得以心无旁骛聚焦主业,目前公司日产量已达10万件,今年预计总产量将突破2000万件。

精准的政策扶持,为企业插上腾飞的翅膀。

天门市开通至浙江、广州等地的日发物流专线,并对服装电商快递每单补贴0.2元,使天门成为湖北省服装电商快递成本最低的地区之一。“别小看这每单0.2元的补贴,像我们这样日均发货数万件的企业,一年能节省物流成本数百万元。”刘建勇算了一笔实实在在的经济账。

悦姿服饰还采用“总部运营+卫星工厂”的分布式生产模式。企业总部作为“智慧大脑”,专注于版型设计、质量把控和急单生产;大部分生产任务则被分解至遍布乡镇的卫星工厂,这些工厂如同“灵活手足”,共同构建起一个高效响应的生产网络。通过实时对接电商直播间的销售数据,生产计划可随时调整;服装被拆解为领口、袖口等标准化部件,由专业工厂分工制作,最后集中组装……这一创新模式使爆款产品的量产周期缩短40%,帮助企业快速捕捉市场动向,极大增强供应链的弹性与反应速度。

“我们卖的不只是衣服,更是一整套快速响应的数字化供应链能力。”徐蒙笑着说。

目前,悦姿服饰已在天门市6个乡镇和周边5个县市合作开设47家卫星工厂,带动超5000名群众在家门口就业,实现企业发展与地方产业振兴的双赢。

从十几人的小作坊到管理数千人的现代化企业,从年产50万件到突破千万件大关,悦姿服饰的跨越式发展,既源于企业紧抓跨境电商机遇、创新生产模式的魄力,也离不开家乡完善的产业基础设施与有力的政策支持,为传统服装制造业的转型升级提供了可借鉴的范式。



专注于服装电商领域的天门通天传媒公司,主播在直播间进行直播带货。

(湖北日报  
通讯员 刘银斌  
摄)

天门市亲易产业发展有限公司负责人程朦:

## 借助数字化之帆 驶向更广阔的全球市场

湖北日报全媒记者 黄璐

11月13日,秋高气爽,天门服装跨境电商(岳口)产业园项目建设正酣。

“随着智能制造赋能中心、跨境物流枢纽和品牌孵化基地三大平台逐步建成,天门服装产业的国际竞争力将迎来质的飞跃。”天门市服装电商行业协会秘书长、天门市亲易产业发展有限公司负责人程朦,对未来的发展满怀信心。

作为一名天门“80后”企业家,程朦19岁便外出闯荡,在服装行业积累了10余年经验。2020年,她带着梦想与经验回到家乡,创立天门市亲易产业发展有限公司(以下简称“亲易产业”),不仅布局国内电商,更积极开拓跨境电商新赛道,助力天门服装走向世界。

“当年是提着黑色塑料袋闯广州,如今是用数字化集装箱闯世界。”回顾创业历程,程朦感慨万千。

### 实现“一根网线卖全球”

走进中国(天门)服装电商城,亲易产业仓库里一派繁忙景象。今年以来,公司已累计售出服装30万件。

“我们不仅要卖货,更要为天门服装搭建系统化的出海口。”程朦表示。2023年,她牵头成立天门市服装电商行业协会,整合面料、设计、物流等上下游环节,推动产业链从单打独斗转向生态协作。

跨境业务是亲易产业的战略重点。企业不仅在美国洛杉矶设立海外仓,更于去年10月建成天门前置仓,形成“双仓联动”的智能供应链体系。通过引入3D数字打版系统,中小企业可共享设计资源,有效降低开发成本与市场风险。

“从物流、报关到终端配送,我们提供一站式跨境服务,真正实现天门接单、全球直达。”程朦介绍。接下来,企业还将在海外仓启动天门产业带跨境赋能计划,通过开放库存系统接口与共建分销机制,推动更多企业从“代工出海”转向“品牌出海”,实现“一根网线卖全球”。

人才是跨境电商发展的基石。

亲易产业联合高校共建跨境电商基

地,开设《TikTok运营》《独立站SEO》等实战课程,计划3年内培养千名“既懂缝纫机转速,又懂流量算法”的复合型人才。同时,“跨境创客公寓”项目也在积极推进,通过免租与供应链支持政策,吸引在外天门人返乡创业。

在程朦的带领下,亲易产业已成功孵化出初具规模的服装电商直播产业集群。公司运营的天门电商文创城、岳口服装电商产业园,集网批、电商、直播培训、网红孵化、供应链和仓储物流于一体,构建起“生产+直播+销售”的全产业链闭环。

### 从“代工制造”迈向“品牌创造”

位于天门市北湖大道的“天门衣尚”品牌馆,是亲易实业推动产业品牌化的重要载体。

一楼陈列着面向都市白领的优雅系列,二楼则是快时尚专区与全天候运营的直播间。这座600平方米的空间不仅是销售场所,更是天门服装品牌形象的展示窗口。

“我们要打造高水准的线下零售范式,推动区域服装从‘代工制造’向‘品牌创造’转型。”程朦说。

2023年,天门发布“天门衣尚”区域公用品牌,建立全流程品控体系,并以真金白银的政策支持企业发展。两年来,该品牌已覆盖童装、男女装、跨境电商与线下门店等多个领域,成效显著。然而,品牌价值不深、认知度不足等问题,仍是产业升级过程中需要突破的瓶颈。

2024年,程朦主导推进“天门衣尚”品牌全面升级:一方面打造实体品牌馆与数字化供应链平台,另一方面启动“百城千店计划”,通过“实体店+直播”融合模式,实现线下体验、线上下单、全城引流的闭环运营。

“我们将依托‘天门衣尚’,培育更多年销售额过亿的标杆品牌。”展望未来,程朦目标明确,“让每一件衣服都承载天门匠心的温度,推动家乡从‘代工车间’迈向‘品牌高地’。”

在这条从“制造”到“创造”的升级之路上,天门服装正借助数字化之帆,驶向更广阔的全球市场。

## 天门服装产业的飞跃三年



- 2023年:天门出台《关于支持纺织服装产业高质量发展的若干意见》被誉为“黄金17条”包括配套发展资金、用工支持、快递补贴等
- 2024年:天门与中国纺联流通分会签署“6+1”战略合作协议共建“中国服装电商产业示范基地”发布全国首个电商行业景气指数——“天门指数”发布区域公用品牌“天门衣尚”投资80亿元打造化纤纺织产业园
- 2025年:中国(天门)服装电商城开工建设跨境电商大楼、选品中心、保税物流区等天门东盟(泰国曼谷)海外仓揭牌北美(洛杉矶)海外仓投入运营天门服装电商交易额猛增至513亿元快递业务量飙升至3亿件
- 2026年:发布《“天门衣尚”区域公用品牌管理标准体系》柬埔寨AZ集团获得首个海外授权2025天门服装电商产业大会开幕39个产业项目签约总投资额达145.28亿元



“天门衣尚”品牌馆。(湖北日报通讯员 刘银斌 摄)

专家点评

## 内陆县域完全能在全球竞争中赢得主动

湖北省社会科学院经济研究所所长 夏梁

党的二十届四中全会提出,建设现代化产业体系,巩固壮大实体经济根基。天门服装产业走出了一条内陆县域经济高质量发展的创新之路,从“无布之困”到“全球衣橱”的转型历程,不仅体现了系统性产业变革的强大生命力,更构建了产业链、创新链与价值链深度融合的现代产业生态体系,为同类地区发展提供了富有启示的实践样本。

以“链式思维”重塑产业生态。通过投资80亿元打造化纤纺织产业园,构建“原料—纺丝—织布—制衣”全产业链闭环,彻底扭转了90%的面料依赖外购的困境。这种上下游一体化布局将生产周期从15天压缩至3天,推动产业从“要素驱动”迈向“系统驱动”。特别是“核心工厂+卫星工厂+家庭作坊”的弹性生产网络,在保持规模效率的同时兼具灵活性,为传统产业集群升级提供了新范式。

以数字化转型赋能发展动能。在领军企业带动下,物联网、数字孪生、AI智能排产等新技术深度应用,形成“即需即造”的柔性生产模式,

单件服装生产时间缩短至3—4分钟。这种智能化改造不仅提升了效率,更重构了产业价值分配格局。通过校企共建研发中心、培育电商服务生态,天门成功将产业重心向“微笑曲线”两端延伸,通俗地说,就是不再只埋头于中间的“做衣服”环节,而是向前做“好面料”的研发,向后做“打品牌”的营销,推动服装电商交易额在3年间从70亿元跃升至513亿元,实现跨越式增长。

以全球化视野开拓市场空间。通过构建“国内直采中心+海外仓”的全球供应链网络,在美国、日本、东盟等地设立仓储节点,使90%以上的产业能够低成本走向世界。尤为可贵的是,天门实现了从产品输出到模式输出的升级,如为泰国企业培训直播人才的实践,标志着产业国际化进入新阶段。这种“平台出海+能力输出”的双轮驱动,为县域经济融入全球市场开辟了新路径。

天门服装产业的发展,得益于政府精准的产业政策引导、企业的创新实践和产业生态的协同共建。这一实践充分证明,只要坚持与时俱进,系统谋划、勇于突破,内陆县域完全能在全球竞争中赢得主动,为中国制造业高质量发展作出贡献。

湖北省社会科学院经济研究所所长 夏梁

## 为什么这里成为全球衣橱

渗透率将达80%,首单周期缩短至48小时。”

创新举措推动产业向微笑曲线两端延伸。前端研发设计环节,天门与武汉纺织大学等高校合作建立研发中心;后端营销服务环节,涌现出电商代运营、网红孵化等专业机构。

“我们不仅要做好衣服,更要做懂消费者的衣服。”这已成为天门服装人的共识。

数字化变革带来的飞跃:2021年至2024年,天门服装电商交易额从70亿元跃升至513亿元,今年预计将达700亿元。在抖音、拼多多等平台,天门女装销量稳居湖北省首位。

此后,天门相继在美国、日本、马来西亚等关键市场落子布局。这些海外仓全面接入TikTok、Amazon等平台,成功赋能天门90%的服装企业以“海外仓直发”模式触达全球消费者。

### 跨境出海

从“内陆小城”到“世界衣橱”

11月12日,在天门翔曼服饰的生产车间

“天门衣尚”借此销往全球150多个国家和地区,在希音、Temu等国际主流平台的市场份额持续攀升,稳居湖北第一。

更深远的变化正在发生。天门从产品出口升级为模式输出。天门千广传媒有限公司为泰国上市公司暹罗全球之家培训直播人员,对方计划打造800个直播间,专门销售天门生产的服装。

“天门衣裳聚天门,天门衣裳天下闻。”商务部驻武汉特派员办事处副特派员张楚虎感慨道。

根据规划,到2030年,天门将培育10家年销售额超30亿元的自主品牌企业,建成六大城市海外仓,实现“7天全球达”的物流目标。届时,天门服装电商交易额将突破1000亿元。

从汉江之滨到太平洋彼岸,天门正在编织一张联通全球的服装电商网络。这条由数字化驱动、全链条协同、全球化布局的发展之路,不仅是天门服装产业的现实写照,更是中国制造业转型升级的生动实践。

文字整理 湖北日报全媒记者 赵莎莎  
制图 万游