“共生交响霓裳天门”金顶奖设计师联名发布秀精彩上演。
（湖北日报通讯员 张俊 摄）

从百里棉乡到全球衣橱

# 天门衣尚，何以智链全球

湖北日报全媒记者 赵莎莎
通讯员 熊文婷

夜幕降临，天门市体育馆内，聚光灯划破黑暗。

鼓点响起，一抹国风从光影深处走来，模特步履从容，衣袂飘动间，石家河纹样若隐若现。黑色系紧随其后，利落剪影在追光中拉长，线条收放干净利落。

这是2026天门服装电商产业大会的重头戏——“天门衣尚”金顶奖设计师联名发布秀。两度斩获中国服装设计最高荣誉“金顶奖”的设计师刘勇，以一场《穹宇回响》，将石家河文化符号与当代国际时尚语汇交融，这一刻，天门的时尚表达从幕后走到台前，从规模走向高度。

这场秀，是序章，也是宣告：从卖产品到卖品牌，天门准备好了。

5年前，天门服装电商交易额仅70亿元，如今，这个数字已跃升至700多亿元，产品远销150多个国家和地区。今年前5个月，天门快递业务量达2.29亿件，同比增速42.8%，位居全省第一。

从“百里棉乡”到“全球衣橱”，短短五年间，天门发生了什么？未来又将走向何方？

聚人

## 十万归雁，再造根基

很长一段时间，天门虽有“百里棉乡”美誉，产业却停留在“棉花种植—初级加工”阶段，缺乏深加工能力和市场话语权。全市千余家经营主体，90%的面辅料依赖外购。

转折点出现在2021年。沿海产业成本攀升，与中西部政策红利形成“推拉效应”。天门市委、市政府敏锐抓住机遇，实施“归雁工程”。此后连续多年，将服装电商产业列为重点工程强力推进。

“天门市委、市政府在关键时候发挥了关键作用。”中国纺织工业联合会流通分会会长徐建华说，“政策引导、规划引领，再加上‘打感情牌’发展‘归雁经济’，这套组合拳在行业内起到了标杆示范效应。”

天门先后出台17条纺织服装产业专门政策，提供“三年免租两年减半”租金减免支持；对于返乡创业者，提供定制化融资产品、创业补贴、人才住房等扶持。实施“服装电商千人培训计划”，每年培训主播、设计、缝纫加工等专业人才近3000名。

定力之外，更需“感情”。徐建华说：“天门籍服装从业者在全国各地产业集群有很强的影响力。近年来，10万余名归雁带着经验、技术和资金回到天门，这个规模在全国独一无二、难以复制。”

起点产业园创始人费文就是其中之一。“我们在外打拼，像散落的珍珠，是家乡的政策将我们串成了项链。”费文说，2021年他从广州返乡，短短5年建成总投资4亿元、建筑面积16万平方米的产业园区，集聚企业50余家。园区形成面辅料供应、生产加工、电商销售、直播带货完整闭环，日均发货20万件，2025年产值约30亿元。

“带着本事回家，心安之处，即是热土。”莱依窕服饰董事长熊飞翔介绍，他的父母是南下广州的天门人，得知家乡扶持政策后，他将生产、物流、仓库全链条迁回天门，成本降低30%，2025年销售额突破10亿元。

天门纺织服装产业带动16万人就地就业，近三年城区累计增加近20万人。人回来了，产业就有了根基。

在永昌（天门）新材料有限公司车间，员工在高性能锦纶长丝生产线上工作。
（湖北日报通讯员 刘银斌 摄）

聚链

## 从丝到衣，串珠成链

“服装产业的竞争，归根结底是产业链完整性的竞争。”徐建华分析，天门能在短短几年内实现跃升，核心在于构建了一条自我循环、高效协同的全产业链。

这条链如何运转？走进岳口工业园，天岳（天门）新材料科技有限公司的车间里，尼龙6切片如瀑布般倾泻而下。这个项目改写了天门“有丝无料”的历史——过去纺织企业买原料要跑几百公里，现在本地就能满足70%以上的尼龙原料需求。

9公里外，天门化纤纺织产业园内，永昌（天门）新材料有限公司的生产线上，切片正变成锦纶长丝。“以前运一吨原料要几百公里，运费两三百元；现在距离缩短到9公里，成本降了，响应快了。”总经理助理池优茹算了一笔账。

再往隔壁走几步，湖北省三圆纺织科技有限公司的大圆机上，锦纶长丝正被织成高品质锦纶布。厂里的老师傅说，过去用外地原料，丝路不稳定；现在用本地丝，品质可控，“心里有底，手上有数”。

这样的协作，在天门已成常态。而在5年前，90%的面辅料依赖外购——原料在路上、成本在涨、品质不可控。如今，从切片到纺丝再到织造，上下游之间不再是隔着数百公里的供需关系，而是“左邻右舍就是供应链”的共生生态。

变化的核心，正是化纤纺织产业园的崛起。该园是天门市补齐纺织服装产业链短板、打造“原料—织造—印染—制衣—电商”全链条闭环的核心载体。园区规划占地2100亩、总投资200亿元。目前入驻企业30家，锦纶、氨纶、涤纶年产能达150万吨，实现了从面料外购到本地自给的跨越。

“我们坚持‘链式思维’，系统回答了‘缺什么、怎么聚、往哪升’。”天门高新园管理办公室主任黄立才说。

园区瞄准上游缺原料、中游缺规模、印染缺环三大短板，精准引入尼龙切片、锦纶纺丝、绿色印染等项目。30家入驻企业中，80%存在上下游配套关系——“补链破局、强链聚能、延链增值、融链提效”，一套组合拳下来，一条从“一根丝”到“一件衣”的全产业链闭环加速成型。

聚势

## 品牌出海，智链全球

“这件薄荷绿吊带衫面料透气，穿着舒服。”盛夏时节，泰国黎逸府的直播间里，女主播对着屏幕推介，下单提示音密集响起——屏幕这头是泰国消费者的热情，屏幕那头，连接的是天门工厂的货仓。

彼时，天门千广传媒的仓库里，工人正将新一批女装打包进印着泰文标签的纸箱。

2023年落户天门的千广传媒，最初做国内直播电商。但董事长肖杨心里有个念头，“天门服装不缺产能、不缺品质，缺的是直达海外消费者的通道。”去年8月，他带团队去泰国考察、洽谈，仅三个月时间，跨境业务就正式启动。

如今，千广传媒在泰国运营直播间20个，日均订单3000至4000单，95%以上货品来自天门本地工厂。“一件衣服从天门工厂出来，到泰国消费者手里，中间只隔一个屏幕。”

直播出海的价值，远不止卖货。传统外贸层层加价，工厂利润微薄；直播直面消费者，合作工厂利润直接拉高15%到20%。更重要的是，直播数据能反向告诉工厂——泰国人偏爱什么颜色、什么板型。工厂按需调整，竞争力悄然提升。

目前，天门已在泰国曼谷、美国洛杉矶等地布局4个海外仓，产品覆盖全球150多个国家和地区，跨境电商规模连续多年位居全省第一。

通道打通了，新的问题随之而来。“我们常说‘天门服装卖全球’，但卖的是产品，不是品牌——这两者间差着一个‘被记住’的距离。”天门市服装电商行业协会秘书长程朦说。

2023年，“天门衣尚”区域公用品牌发布。但品牌不是取个名字就完了——怎么做、怎么定标准，每一步都没有现成答案。

2024年，《“天门衣尚”区域公用品牌使用管理办法》出台。

2025年，“天门衣尚”品牌馆开馆；“天门衣尚”在“我喜爱的湖北品牌”电视大赛中以总分第一斩获金奖。

3年时间，从一个名字到一套标准、一个空间、一座奖杯——“天门衣尚”正从概念变成实实在在的“金字招牌”。

2026天门服装电商产业大会上，天门发布“十五五”服装电商产业发展愿景，明确建设千亿级产业集群目标，重点推进电商提质、高端纺织扩链、AI设计赋能、跨境电商出海、区域品牌唱响等九大工程，让更多天门人“在家门口干大事”。

5年间，从70亿到700亿，天门用一条链串起一座城。而下一个5年，天门正在回答一个更具分量的问题：如何让“天门衣尚”从区域品牌变成全球品牌——让天门的衣服，不只“卖全球”，更要成为“全球品牌”。

# 走进纺织服装博物馆 读懂半部产业史

湖北日报全媒记者 赵莎莎
通讯员 游力

“这件衣服的面料，一看就是咱天门的老手艺！”6月30日，天门纺织服装博物馆内，人头攒动，市民王帅驻足在一件蓝印花布成衣前，语气里满是亲切。

自6月28日开馆以来，这里便成了天门新的文化“打卡地”。“我是在短视频上看到博物馆开馆的消息，第一时间就赶来了。”市民廖伦笑着说，他家中长辈常年在外经营服装生意，对天门本土服饰有着很深的情结。他本想带母亲一起回天门创业生活，奈何老人年事已高不便出行，“所以我决定自己回来，在天门深耕服装产业，把家里的这份事业延续下去。”

开馆当天，本土网络达人“天门宝妈”瑾财顺举着手机全程直播。“家人们看，这就是咱们天门的纺织博物馆！”她一边走一边介绍，屏幕上的弹幕飞快滚动。“天门棉纺的故事太值得讲了，我想让更多人看见属于咱们的产业荣光。”

人群中，一位白发老者格外引人注目。年近90岁的白茅湖棉花原种场育种专家、“天棉一号”研发者陆振华，在亲友搀扶下缓步参观。走到科研团队老照片前，他停下脚步，久久凝视。展柜里，他无偿捐献的棉籽、荣誉奖状等实物静静陈列。

隔着玻璃柜，陆振华看到了照片中年轻时的自己，笑着回忆起了从前：“1968年，我们从上海引回来岱字棉15号单株。试了三年，选育、对比、淘汰，反反复复，到1971年总算把‘天棉一号’培育出来了。”他顿了顿，眼神亮了一下，“1976年在全市推广，可以说，为天门棉花总产突破百万担立下了汗马功劳。”

开馆当天，宋桂枝、雷培炎、何兆如等一批老棉业专家、种棉能手也来到现场，他们捐赠了种植器具、纺纱老物件等史料，天门市国投集团为他们颁发了藏品捐赠证书。

这座博物馆坐落于中国（天门）服装电商城内，布展总面积约3300平方米，以“时空织机”为设计理念，设置“天门记忆”“天门电商”“天门生态”“天门衣尚”四大展区。

从石家河文化彩陶纺轮，到天门蓝印花布非遗技艺；从30万天门人南下务工，到10万归雁返乡创业就业，再到服装电商交易额从2021年70亿元跃升至2025年700多亿元的产业飞跃；从天门纺织服装全产业链到“天门衣尚”区域公用品牌升级——半部天门产业史，在这里被浓缩、被看见。

“各界人士踊跃捐赠棉花种子、纺纱器具、老荣誉证书等实物史料，还原了天门千年棉乡的发展历程，夯实了文化底蕴。”天门市国投集团相关负责人表示，将把博物馆打造为天门纺织服装产业对外展示的新名片，依托深厚的棉纺历史资源，推动中国（天门）服装电商城业态升级，让文旅与商贸深度融合。

# 天门职院：专业跟着产业跑

湖北日报全媒记者 赵莎莎
通讯员 张勤

“产业升级到哪里，我们的专业就调整到哪里，人才就输送到哪里。”6月30日，天门职业学院服装与经济管理学院（以下简称“服装与经管学院”）院长张容容说这话时，语气笃定。

她的底气，来自天门纺织服装产业的一串数字——服装电商交易额从2021年的70亿元跃升至2025年的700多亿元；纺织服装产业带动10万人返乡创业、16万人就地就业。产业爆发式增长，但设计、直播运营、跨境电商等专业人才缺口日益凸显。

2025年，天门职业学院决定，新上服装类专业。

“补齐产业链人才短板，定向为本土企业输送适配的技能人才。”张容容说，天门职业学院把服装设计与工艺、电商、直播、会计经管整合在同一个学院，形成“服装+电商+经管”的一体化办学模式。

电商教研室主任孟芸解释了这个模式背后的逻辑：天门中小服装商户、工厂普遍是设计、生产、直播销售、财务核算一体化运营模式，大量紧缺跨领域复合型岗位。“我们把前端服装设计、中端电商直播运营、后端财会成本管理整合在同一个学院，打通课程、实训、校企项目资源，既补齐产业人才缺口，也形成特色办学优势。”

“在起点产业园，从原布印染到设计打样，从成衣制造到选品上架，从直播运营到仓配物流，我们第一次完整走完‘一件衣服如何从布匹变成商品’的全链路。”学生贺柳对实践过程印象深刻。去年冬天，她和42名服装设计与工艺专业学生走进园区，生产车间成为新课堂。

“不是光讲理论，而是把企业真实项目带进来。”服装设计与工艺专业的老师梁钰介绍，服装与经管学院把AI制图、3D数字样衣直接放进课堂，学生从设计、打版到推款，全流程用数字工具完成；电商和直播专业则同步跟上AI直播话术、数字人直播等新技能。这样的场景正成为常态。

天门职业学院与天门服装电商协会共建产教融合基地，7位资深企业家和一线技术能手受聘为产业导师。

如今，服装与经管学院的学生多次参加省级及以上技能大赛，仅2025年师生团队就累计获奖30余项。其中，世界职业院校技能大赛铜奖1项、湖北省职业技能大赛一等奖1项。

“面向天门千亿服装电商产业蓝图，我们学院扮演的角色很明确——做产业人才的‘蓄水池’和‘输送带’。”张容容介绍，产业缺什么人才，学院就培养什么人才。跨境电商火了，学院开跨境运营课程；AI设计来了，学院教AI制图、数字样衣；智能生产普及了，学院就带学生去企业真操实练。“我们的目标就是让企业招到就能用、来了就能上手。”