

服装产业数字化转型下企业运营效率提升路径研究

章洪斌

绍兴书润服装有限公司, 浙江 绍兴 312000

DOI:10.61369/SE.2025110037

摘 要： 本文聚焦服装产业数字化转型与运营效率的内在关联，分析当前企业在供应链协同、生产管理、营销模式等环节面临的效率短板，从技术融合、流程重构、能力建设三个维度，提出基于数据驱动的供应链协同优化、柔性生产体系构建、精准营销体系搭建等具体提升路径，并探讨转型过程中的组织保障与技术支撑机制。研究表明，通过数字化手段重构运营流程、整合资源要素，可有效降低企业运营成本、缩短响应周期，为服装企业实现高质量发展提供理论参考与实践指引。

关键词： 服装产业；数字化转型；运营效率；路径研究；资源整合

Research on Pathways to Enhance Operational Efficiency of Enterprises in the Context of Digital Transformation in the Garment Industry

Zhang Hongbin

Shaoxing Shurun Garment Co., Ltd., Shaoxing, Zhejiang 312000

Abstract： This paper focuses on the intrinsic relationship between the digital transformation of the garment industry and operational efficiency, analyzing the current efficiency shortcomings faced by enterprises in areas such as supply chain collaboration, production management, and marketing models. From the three dimensions of technology integration, process restructuring, and capability building, it proposes specific enhancement pathways, including data-driven supply chain collaboration optimization, the construction of a flexible production system, and the establishment of a precise marketing system. Additionally, it explores organizational safeguards and technological support mechanisms during the transformation process. The research indicates that reconstructing operational processes and integrating resource elements through digital means can effectively reduce enterprise operational costs and shorten response cycles, providing theoretical references and practical guidance for garment enterprises to achieve high-quality development.

Keywords： garment industry; digital transformation; operational efficiency; pathway research; resource integration

引言

服装行业是传统产业的重要基础行业之一，服装运营长期以来受困于生产周期长、库存积压大、市场响应不及时等行业突出问题。数字经济与实体经济的融合发展正日益渗透到服装企业设计、生产、销售等各个环节，从而给优化其运营效率带来新的希望。目前，一些服装企业开始尝试数字化转型，但普遍存在数字化技术应用多点分散、数据分析挖掘力度小、协同运作困难，尚未取得预期的运营效率提升成效。所以，如何有针对性地梳理服装行业数字化转型升级的主线、寻求更适合服装企业的运营效率提升路线，则既有助于充实服装行业数字化转型升级的理论研究范畴，也可以为服装企业优化运营模式进而提升行业市场竞争力提供可落地的参考与借鉴。

一、服装产业数字化转型下运营效率提升的核心逻辑

（一）数字化转型对运营效率的赋能机理

“互联网+”时代，数据资源作为要素之一已经渗透到企业运营的各个环节，改造企业运营的基本逻辑。首先在信息传递上，“互联网+”可以消除信息孤岛，跨越服装企业在设计、生

产、供应链、市场营销等方面的壁垒，最大限度地实现信息交互和共享，有效解决信息不对称所造成的决策效率低和资源低效配置问题；其次在流程上，“互联网+”能够通过对企业传统运营流程的解构和重构，提升企业各环节流程运转的效率，促使企业由“串行作业”转变为“并行协作”，进而加速企业运营效率；再次在资源上，“互联网+”能够通过对大数据的捕捉，有效预测过剩

或紧缺的产能，从而组织供应链运营模式中的投入产出活动，促进企业资源精准投放，提高资源配置效率。

（二）服装企业运营效率提升的关键维度

从服装企业的运营效率提升的逻辑而言，需要根据服装产业特点和数字化发展趋势，关注3大方面。一是供应链方面的逻辑，服装产业链包括上下游原材料企业、服装制造企业、物流企业等，传统线下模式下的供应链各环节之间的协同不够，容易引发交货期和库存的攀升，数字化需要解决供应链协同主体的协同率；二是生产上的逻辑，服装行业普遍具有小批量、多款式、短寿命的特点，服装行业在传统的大规模生产方式下较难应对市场的多变需求，在此背景下对生产方式的效率及响应能力进行赋能，将是需要进一步考虑的问题；三是营销上，对于消费者的认知要以更加精准的方式与消费者沟通，在消费习惯日益细分的环境下，“大面积铺货”的营销效率低下，需要借助数字技术支持平台对目标客群进行精准化营销，提升营销效率和用户黏性。这三个逻辑的交织融合，共同体现了在服装企业管理过程中，数字技术应用的价值和内涵。

二、服装产业数字化转型下企业运营效率提升的核心路径

（一）基于数据驱动的供应链协同优化路径

完善供应链协同水平，从而实现服装企业运营效益的最大化。一是打造供应链的统一数字管理平台，集聚供应链中供应商、制造商、物流企业、销售终端等供应链上各主体的数字信息资源，实现对生产订单需求、生产制造进度、供应链上下游的库存状况、各物流节点的物流状态，以及供应链条整个数字可视化，实现传统供应链信息的联通，降低因信息流断供等造成的供应链合作错位的可能性。二是提供供应链智能化预测系统，通过供应链历史销售数据、市场趋势数据以及消费需求数据，运用人工智能的算法模型对市场需求进行预测，为原材料购买、生产计划制定提供合理依据，防止过度生产的库存积压。三是完善供应链实时调度系统，通过供应链统一数字管理平台对供应链条中各企业的各子系统业务运营状态进行实时跟踪，如果发现原材料、生产、物流运输过程中有原材料缺货、生产故障、物流运输延迟等，则自动启动供应链的调度系统，调整、分配各子系统资源，保障整体供应链的平稳有序。四是实施供应链协同评测系统，通过供应链统一数字管理平台，收集供应链条中主体供应链协同情况的评价数据，从供应链中各主体供应链反应速度、配送准确性、成本管控等方面对其进行评价，确保供应链的各主体能实现良性高效的供应链合作关系。

（二）面向柔性生产的数字化生产体系构建路径

柔性生产系统是服装生产企业适应需求变动、提高生产效率的核心所在。一是数字化生产装备的改造，采用数字化的裁剪机、自动化缝制设备、数字吊挂等生产装备代替人工，提高服装生产的精度和生产效率，并且使生产装备能够互联互通，实时收集装备状态信息，及时发现装备故障，并提供预警，降低生产中

断的时间。二是生产组织化的模块化管理，按服装款式的形态及工艺要求对生产的全过程进行拆分，形成各种类型的生产模块，在数字系统支持下进行快速的模块的组合、切换，以适应多款、多频的小批量，防止传统的流水线要换型生产的低效消耗。三是生产过程数字化管控，利用制造执行系统，对生产过程进行自动监控，实时收集生产进度、工序质量、人员效率、工艺、产量等生产过程数据，通过数据对比分析发现生产过程问题，及时进行生产过程和生产资源的调整，提高生产过程效率。四是生产及需求的实时联动，利用数字平台将销售终端的订单直接推送到生产系统，实现生产系统的“以销定产”，减少中间过程的信息消耗，降低订单接收到产品产出的耗时，提高生产系统的反应速度。

（三）聚焦精准触达的数字化营销体系搭建路径

大数据营销平台是服装企业的最重要营销工具，实现着企业提升营销反应能力与消费者转化效率的重要功能，一方面，建设消费者数字画像平台，依托于线上线下各个渠道，收集消费者信息，通过对消费者数据进行数据挖掘分析，得出消费者数字画像，为企业提供营销方案依据。另一方面，实施全渠道整合营销模式，在互联网电商平台、社交平台、直播平台和实体店平台之间实现打通，并通过大数据实现各渠道消费者的信息打通与数据共享，为消费者提供一致性消费体验，同时依据消费者的消费画像，在每个渠道分别给消费者提供不同消费场景下的个性化消费推广内容，提高消费者营销触点的精准性。第三，打造营销反馈实时评估体系，通过大数据，实时、自动评估企业开展的营销活动曝光率、点击率、转化率、复购率等销售效果，然后以科学的结果分析判断活动策划的不同营销手段效果差异，根据实际营销活动结果，随时调整营销活动方案，完善营销资源配置，防止无效营销投入。最后，建设消费者互动与黏性提升平台，以消费者社交平台、消费者积分平台为载体，开展个性化推荐、特别优惠、穿搭示范等互动与黏性行为活动，提高消费者体验互动与黏性，提升消费者复购率与口碑营销推广，降低获客成本，提高营销整体效益。^[1-4]

（四）支撑运营优化的数字化组织能力建设路径

数字型组织能力是服装企业实施数字经营提升运行效率落地的底层基石。一是强化组织的数字人才建设，根据组织运营的工作岗位需要，开展与数字技术、数据分析、数字流程操作等相关的培训课程，提高员工的数字能力；另一方面，还应吸引数字化领域的人才进入组织，提高组织人力资源的数字化水平，为组织的数字化转型提供人才基础。二是组织的流程扁平化建设，降低组织中的层级与管理幅度，消除信息传递过程中的层次感，利用数字技术平台，实现信息与数据的快速传递与共享，降低决策周期，提高组织对市场的响应速度；一方面，可以利用组织建立跨部门的数字专项项目小组，以部门或企业为单位推进数字项目的落实，促进设计部门、生产部门、营销部门等的协同数字运营，消除部门职能边界上的协同障碍。^[5]三是数字型规章制度建设，数字型企业需要创建与完善组织的各种相关制度，如数据安全管理制度、数字平台运行维护制度、数字流程执行规范等，用以约束组织数字化的运营行为，以确保数据安全与数字系统能够稳定运

行；最后，还应注意在组织内部建立数字化的评价考核机制，将运营效率提升情况等指标纳入考核范围中，鼓励组织部门加快推行数字运营，如业务运营、供应商协同、数字生产、数字营销与零售等的数字化运行进程。四是数字技术的强基础建设，加大对云计算、大数据、人工智能等数字技术的投入，建设组织数字技术基础平台，实现对供应链协同运营、制造管理流程、营销数字化的组织运营技术保障；组织应对数字技术演进趋势予以关注，持续引进与跟进技术的变化，使组织数字化发展能应对未来的挑战并把握主动权。^[6]

三、服装产业数字化转型下运营效率提升的保障机制

（一）技术融合保障机制

技术集成是数字化转型成功的基础。服饰企业需要出台技术集成评价机制，周期性衡量企业已有的数字技术及其对企业的业务需求是否相匹配，发现已有的技术解决方案缺少的环节，有针对性地引进新的技术或将企业现有技术迭代升级；积极与数字技术服务机构交流合作，与外部的技术实力互补企业内部自主研发的能力，推进数字技术与企业服饰业务融合的进程。设置技术更新迭代机制，监测与关注数字技术更新状况，将成熟的数字化技术适时地导入到运营过程中，提高数字技术对运营效能的影响作用。

（二）资源整合保障机制

整合资源是路径落地实现运营效率提升的重要步骤。企业内部资源整合主要通过数字平台对生产设备、人员、库存等资源进行整合与集中化管理、动态调配，避免资源浪费。企业外部资源整合需加强与原材料供应方、运输服务商、数字服务提供商等外部主体合作，通过签署长期合作协议、签订战略合作协议等资源模式稳定外部资源整合与协同力度；同时需建立资源整合评价指

标，评价资源配置过程中资源利用率、资源配置成本控制效果、资源整合响应速度等维度评价资源整合程度，进一步优化资源整合方案，提高资源配置效率。^[7]

（三）风险防控保障机制

服装企业要构建数字化转型风险管理体系，加强技术、数据、组织文化等领域可能遭遇的风险排查；针对风险制订应对措施，确定风险应对责任人与流程，提高风险应对速度与能力；强化数据安全防护，构建数据分级分类管理机制，运用加密、访问授权、安全审计等手段实施数据安全防护；强化员工风险认知培训，提高员工对数字化转型风险的认知与应对能力，打造数字化转型风险防范体系。^[8]

四、结束语

本文从供应链整合、生产整合、营销整合、能力整合四个维度出发，阐述服装企业如何通过运营效率提升运营绩效，并构建技术集成、资源集成、风险管控三大基础保障体系，尝试搭建相对完整的论述逻辑系统，发现服装企业应当依托数字技术的应用、以流程再造为重点、以能力提升为根源，才能消除传统运营中的弊端，实现经营运转的效率提升。未来数字技术的不断应用，服装企业仍需深入探究在数字化转型中与经营效率提升的有效结合方式，实现不断优化服装企业的经营方式，提高运营能力，对服装企业的数字化转型提供更多的参考经验及内容支撑。未来，随着数字技术的不断发展与应用深化，服装企业还需进一步探索数字化转型与运营效率提升的深度融合模式，持续推动运营模式创新，增强企业核心竞争力，为服装产业数字化转型贡献更多实践经验与理论成果。

参考文献

- [1] 张志斌. 基于工业互联网的服装智造平台及其生态构建 [J]. 毛纺科技, 2025, 53(4): 86-94.
- [2] 朱国楼, 张斯纬, 毕雪, 赵菲. 数字经济背景下的企业营销创新策略 [J]. 纺织服装周刊, 2025.
- [3] 吕洁, Tianyi Cui, 王保鲁. 中国服装制造企业数字化转型路径组态分析 [J]. 2025.
- [4] 王慧敏. 数字化转型背景下服装电商平台发展的创新策略研究 [J]. 化纤与纺织技术, 2025, 54(5): 85-87.
- [5] 刘啸尘, 姚玉英. 基于“专精特新”政策背景的中小企业数字化转型路径研究 [J]. 中小企业管理与科技, 2023(8): 55-57.
- [6] 佚名. 缝制行业设备数字化转型路径探析 [J]. 中外缝制设备, 2023(4): 57-62.
- [7] 刘亮, 倪武帆, 吕锴峰. 绿色金融支持服装产业数字化转型路径研究 [J]. 纺织报告, 2021(9): 29-31.
- [8] 罗盈盈, 梁青, 丛子朋, 等. 工业互联网平台赋能制造业数字化转型的路径与建议 [J]. [2025-11-30].