

十年蝶变 小泳装“游”出大世界

本报记者 施珊妹 董严军

十年栉风沐雨，十年砥砺前行。
时间的沉淀里，写满晋江泳装奋力拔节生长的动人身姿。
从企业单打独斗的松散局面，到产业链深度融合、资源高效共享的生态格局；从传统粗放的发展模式，到向标准化、智能化、绿色化转型升级，行业技术标准不断迭代，创新成果竞相涌现；从深耕传统欧美市场到布局新兴市场，晋江泳装在全球行业版图中占据更重要的位置……十年，通过晋江市泳装产业协会搭建的协同平台，晋江泳装凝聚行业力量，以破竹之势突破瓶颈，以蓬勃之姿焕发新生，持续向着更高质量、更具竞争力的方向破浪前行。

数据的呈现最为直观。2016年晋江市泳装规上企业产值102.60亿元，2024年晋江市泳装规上企业产值增长至超500亿元。

在复杂的国际形势面前，这条漂亮的增长曲线尤显不易。更为不易的是，晋江泳装早已跳开固有格局，完成从一根纱到一件衣、从单一产品到多元制造、从传统生产到数字赋能、从晋江到全球的华丽蜕变，“游”出大世界。

从一根纱到一件衣

“7天时间，出货5000件。”

一敲定订单，晋江艾德服饰有限公司便紧锣密鼓地运转起来：采购部门以最快速度备齐原辅材料，100名工人即刻集结，4条吊挂智能产线马力全开。

1天调试，2天备货，3天生产，7天出货，艾德服饰顺利完成来自跨境电商平台希音的订单，成为平台的核心供应商。

这是一笔典型的“小单快反”订单。随着电子商务的发展，全球订单形态发生变化——大单变小、长单变短，“小单快反”成为重要供货方式，对企业产能调整能力提出更高要求。“我们能在‘小单快反’模式下取得竞争优势，得益于晋江完备的产业体系。”艾德服饰总经理李先荣说。

走进福建逸锦化纤有限公司，成吨的聚酯原料投入反应炉，生产线吐出雪白的涤纶长丝。产线边上，小山高的丝饼正等待打包发货。

“涤纶、氨纶、腈纶是生产泳装的主要原材料。”福建逸锦化纤有限公司总经理包国良介绍，恒逸石化之所以选择在晋江市英林镇设厂，正是相中了这里便捷的交通与巨大的市场需求。

跟随逸锦化纤的货车，只见涤纶丝饼被送至各个经编面料生产企业。在那里，涤纶长丝经历加弹、经编或纬编、染色等工序后，变成各式各样的泳装面料。

“不出厂门半步，一通电话就能在半小时采购到所有原辅材料。”晋江大兴织造有限公司总经理洪清纯告诉记者，晋江泳装产业生产周期短，市场反应速度快、竞争力强。

化纤、织造、印染印花、面辅料配饰、设计、制造、机械设备、检测认证……晋江泳装具备一整条完备的产业链，使得泳装产业只需在30平方公里内就形成了一个内生发展、成本较低的闭环，具备了独具特色的成本控制优势。



从单一产品到多元制造

在过去相当长一段时间内，晋江泳装的产品较为单一，泳装以出口海外居多。但这几年，随着全球竞争形势日趋复杂严峻，泳装外贸需求高增长态势不再，当地泳装企业普遍感受到欧美市场的疲软，转型压力随之而来。

“不能只做泳装了，要拓宽品类。”这几年，城市居民健康意识加强，对于瑜伽等运动服饰的需求增加明显。而且瑜伽服、健身服等贴身服饰和泳装的布料是类似的，我们就开始向贴身服饰领域发展。”七彩狐集团董事长洪建库说。泳装的面料跟瑜伽服十分接近，而瑜伽服的用料却远大于泳装，且单品的附加值也更高。

近年来，全民健身理念深入人心，瑜伽服、健身服、骑行服、潜水服等运动服饰需求增加，而这些服饰与泳装布料类似，泳装企业转型有天然优势。

去年4月，一场晋江·英林尚品国际贴身运动服设计大赛决赛秀在晋江梧林传统村落举行。古厝T台上，一个个身穿新潮运动服的模特依次走来，为现场观众带来一场视觉盛宴。模特身上的着装，来自671名海内外设计师提交的1160件作品，并由32家优质供应链企业参与落地打样，国际化设计与晋江完备的生产能力在此结合。

泳衣、瑜伽服、骑行服……模特的演绎下，时尚的服饰与古厝T台交相辉映，“晋江泳装”不再只是泳装。

在扩充品类的转型浪潮中，晋江晶为体健服饰制造有限公司拿到了发展贴身服饰的甜头。过去这是一家主打泳装的外贸工厂，近年来将瑜伽健身服作为公司的拳头产品，走出了一条异军突起的路子。据企业负责人介绍，瑜伽健身产品相较于泳装而言，更具溢价空间。而今，瑜伽健身产品的订单销售金额占公司70%。

过去多年，国内泳衣产品的同质化现象严重，也加剧了泳衣设计革新的迫切性。背后的原因在于，泳装品牌在款式上能够不停推出有颠覆性设计是有一定难度的，更多的是从面辅料上去创新，或者是印花或者色系上的不同。

传统梭织面料，牢固、挺括、紧实。劲派经编科技有限公司却另辟蹊径，通过经编编织方式，创新设计，让面料在原有梭织优势基础上拥有优良弹性，提升穿着舒适度。

“这是我们自主设计研发的经编仿梭织系列产品，一经推出即得到市场广泛认可，成功赋能产业链上下游，去年销量达上千吨。”劲派经编科技有限公司总经理洪英岳说，该系列面料的应用场景已从泳装拓展到户外通勤裤、POLO衫、皮肤衣、夹克、棉服等。

具有玫瑰花香、具备防晒功能、实现凉感亲肤、呈现立体花纹……走进晋江市泳装产业协会展厅，各式面料让人眼花缭乱。“泳装行业虽然是传统产业，但不是夕阳产业。人们对美好生活的需求日益增长，行业的创新将持续存在。”晋江市泳装产业协会相关负责人举例道，近年来，市场愈发偏好具备舒适、环保、抗菌、速干等特点的多功能面料。

以鸿瀚纺织为例，其坚持自主开发产品，功能性休闲弹力针织面料、城市户外面料、再生纤维、生物基面料等广受市场认可；集花型设计、工艺研发、印花成品于一体的创捷实业则凭借硬核实力俘获高端品牌青睐。



从传统生产到数字赋能

在由POP设界战略赋能的贴身运动服饰产业创新发展中心AI智能版房里，令人称奇的“时尚魔法秀”每天都在上演：短短30分钟，就能见证一套泳装从无到有的全过程。

设计师进入AI智绘平台，输入关键字“海洋、树林、清新”。眨眼间，系统依托庞大的POP趋势大数据库，结合国产大模型DeepSeek，智能扩写出丰富的描述文案，短短几分钟内，4款充满创意的泳装印花和款式便呈现在眼前。

借助云图平台的实景模拟功能，设计师实时调整版型，并将AI智绘系统生成的印花图案通过数码快印设备快速转印到泳装面料上。专业的版师样衣工团队迅速行动，智能裁剪机精准地裁剪面料，经验丰富的样衣工专注地操作着专业智能缝纫机，每一个针脚都细致入微。不到30分钟，一套崭新的泳衣就诞生了。这种高效的创作模式，让设计灵感能迅速转化为样衣，大大提升了企业在时尚潮流中的响应速度。

借用数字赋能，泳装加快转型升级。

开拓新赛道，如何抢订单是关键。深谙此理，晋江市泳装产业协会上线“数字服务平台”，将线下展厅搬到线上，让远在千里之外的客户也能轻松了解企业信息。

打开“数字服务平台”，泳装、瑜伽裤、印花、辅料，各类产品分类陈列；企业规模、产能、员工数量、资质清晰可见；经编机、纬编机、裁



床机、缝纫机，设备类型与数量一目了然。

晋江市滨逸纺织科技有限公司是较早在线上登记上线的企业之一。该公司总经理许佳滨告诉记者，晋江泳装知名度高，企业可借助集群优势，更好开拓市场。上线仅两个多月，“数字服务平台”已连接122家上下游企业，促成10笔订单对接。



从晋江到全球

走进七彩狐，展厅里各种面料、款式、花色的泳装令人目不暇接。

“我们的产业链比较完整，从原辅料、设计再到生产，进来的是纱线，出去的便是泳装。小到五金、包装，我们都可以自己生产。”洪建库说：“不夸张地说，你走到世界很多国家，都能找到我们家生产的泳装。我曾在圣地亚哥发现，一栋楼里90多家卖泳衣，其中有近80家泳衣来自七彩狐。”

环球泳装，晋江智造。作为“中国泳装产业名城”“国家外贸转型升级基地（服装类）”，晋江是中国泳装产业的发源地，也是产业链较为完整的中国三大泳装生产基地之一。晋江泳装远销北美、欧洲、南美、东南亚等区域120多个国家和地区，在国内外享有较高的知名度，多个品牌已经在西班牙、中国香港等地注册。截至2024年，晋江泳装产业集群拥有规上企业105家，规上企业产值超500亿元。全球每100件泳装就有30件来自晋江，晋江每年生产泳装的数量可绕地球6.24圈。

这几年，世兴达（福建）纺织科技有限公司积极开拓新兴市场，出口东南亚市场的订单量增长明显。“更近”的服务，不仅让世兴达纺织在菲律宾市场拥有供应链的品牌优势，还形成了极其稳定的客商关系。

晋江泳装走向世界的同时，也在国内深挖市场。

洪清纯告诉记者，近年来，随着全球经济形势日趋严峻，泳装外贸需求呈现低迷态势，晋江泳装企业普遍遭遇了出口订单减少的困难。与此同时，随着国内群众生活水平不断提高，消费结构不断升级，生活方式发生变化，国内的游泳产业却呈现强劲的发展态势，并衍生出对泳装的巨大需求。

晋江泳装企业敏锐地捕捉到了国内外市场需求的风向变化，及时调整销售方向，纷纷加大对国内市场的开拓力度。

“这几年，国际经济形势十分复杂，国际泳装消费市场波动大。作为外向型企业，应对难度明显加大。”洪建库告诉记者，过去，七彩狐外销占比超过九成，这几年加大了内销比重，外销和内销的比例逐步调整到6:4。

近年来，随着国内泳装消费升温，越来越多晋江泳装企业开始加大对国内市场的布局。数据显示，目前，晋江泳装的国内外销售占比已经达到5:5。

“这一内外销结构呈现均衡化、合理化的基本特征，使得当地泳装产业抗风险能力更强，不再像过去那样过度依赖海外市场。从产业长远发展角度看，‘鸡蛋不能放在一个篮子里’。”业内人士说。

在去年举行的第十九届中国（深圳）国际品牌内衣展上，晋江市泳装产业协会斩获“金肚兜·中国内衣行业年度产业推动奖”，并携八大品牌上演时尚大秀。

“产业集群联合秀，震撼呈现了融合中国设计精神和全球泳装潮流的感官盛会。”云鹏服饰有限公司总经理洪梓烽告诉记者，原创设计精彩纷呈，品牌秀展示了晋江泳装的新设计、新工艺和新材料，持续打响“晋江泳装”的区域品牌。

在国内市场享有盛誉的泳装品牌洲克，这些年通过跨界联名，持续擦亮品牌名片。洲克与小马宝莉的联名产品，结合小马宝莉的萌宠图案，以多彩视觉搭载时髦造型，释放甜美因子；洲克与变形金刚的联名产品，以元气红蓝配色，让街头风与潮酷完美结合，展示出不一样的潮流态度。

2019年，号手跨界联名B.Duck小黄鸭，推出B.Duck×HaoShou联名系列。此举不仅让号手品牌泳装更具多样性，还完善了该品牌的产品体系，开发配套了游泳配件类产品，如泳帽、泳镜、浴巾、防水包、沙滩鞋、防晒衣、浮标、臂浮等。

“借助拥有超级影响力的国际一线潮牌B.Duck这一IP，我们与消费者的距离更近了。这样的跨界可以将品牌的理念进行更广的传播，增加产品的延展性，让品牌得到更多关注。”晋江号手服饰有限公司总经理洪景欣说。