

## 产业关联视角下的中国纺织服装服饰业创新创业的路径研究

王晨烨

(北京服装学院, 北京市朝阳区, 110105)

**[摘要]** 本文基于 2018 与 2020 年中国投入产出表, 通过测算纺织服装服饰业的影响力系数与感应力系数, 剖析其“高影响力、低感应力”的结构特征及其演变。研究发现, 影响力系数的下降揭示了传统拉动模式效能衰减, 催生了向上游技术环节和供应链创新的“后向整合型”创业; 感应力系数的微升则标志着产业边界突破, 推动了以功能化、服务化和平台化为特征的“前向融合型”创新。研究揭示了产业关联结构向创新创业活动的传导机制, 为理解中国纺织服装服饰业转型升级提供了新的分析视角。

**[关键词]** 投入产出分析法; 纺织服装服饰业; 创新创业研究

## *A Study on Innovation and Entrepreneurship Pathways in China's Textile and Apparel Industry from the Perspective of Industrial Linkages*

Chenyue Wang

Beijing Institute of Fashion Technology, Chaoyang District 110105, Beijing, China

**Abstract:** Based on China's 2018 and 2020 input-output tables, this study analyzes the structural characteristics and evolution of the textile and apparel industry by calculating its influence coefficient and sensitivity coefficient. The findings reveal a pattern of "high influence but low sensitivity". The decline in the influence coefficient indicates a reduction in the effectiveness of the traditional pull model, spurring "backward integration" entrepreneurship focused on upstream technological links and supply chain innovation. Meanwhile, the slight increase in the sensitivity coefficient signifies the breaking of industrial boundaries, driving "forward integration" innovation characterized by functionalization, servitization, and platformization. The study elucidates the transmission mechanism of industrial linkage structures to innovation and entrepreneurship activities, providing a new analytical perspective for understanding the transformation and upgrading of China's textile and apparel industry.

**Keywords:** input-output analysis; textile and apparel industry; innovation and entrepreneurship research

### 一、核心问题

本研究旨在回答一个核心问题: 在中国纺织服装服饰业呈现出“高影响力、低感应力”这一典型结构性特征的背景下, 其产业关联特性如何传导并塑造了国内“纺织服装服饰+”跨界融合的创新创业路径? 具体而言, 本文基于 2018-2020 年投入产出数据所揭示的影响力系数下降与感应力系数微升的动态变化, 重点剖析以下子问题:

**作者简介:** 王晨烨(2003—), 男, 硕士, 研究方向服装产业经济学, 纺织服装企业国际商务

**通信作者:** 王晨烨

(一) 纺织服装服饰业的强拉动能力 (高影响力系数) 如何具体引导创新创业资源向上游技术领域和供应链效率提升方向配置?

(二) 其弱支撑地位 (低感应力系数) 所揭示的产业边界僵化问题, 又如何倒逼出通过功能化、服务化与平台化以嵌入更广阔国民经济场景的创新创业实践?

(三) 上述由产业关联结构所驱动的创新创业活动, 如何系统性地推动中国纺织服装服饰业实现从“增长引擎”到“融合枢纽”的转型升级?

通过对上述问题的深入探究, 本文试图揭示宏观产业经济结构与微观创新创业活动之间的内在传导机制, 为中国纺织服装服饰业在新时代的高质量发展提供理论解释与实践指引。

## 二、研究方法与数据来源

### (一) 核心指标界定

本文数据来源于《2018 年中国投入产出表》与《2020 年中国投入产出表》, 研究对象明确界定为《国民经济行业分类》GB/T 4754—2017 中的 C18 “纺织服装服饰业”。

影响力系数 (F): 衡量纺织服装服饰业对上游产业 (如纺织、印染、化纤、农业) 的总体拉动能力。<sup>[1]</sup>  $F > 1$  表明其拉动能力高于全社会平均水平, 是“增长引擎”;  $F < 1$  则反之。影响力系数的计算公式为:

$$e_j = \frac{\sum_{i=1}^n C_{ij}}{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n C_{ij}} \quad (i, j = 1, 2, \dots, n) \quad (2-1)$$

其中,  $(e_j)$  为第  $(j)$  产业的影响力系数,  $(C_{ij})$  为列昂惕夫逆矩阵系数表中的元素,  $(n)$  为产业部门数目。

感应度系数 (E): 衡量国民经济各行业对纺织服装服饰业 (作为中间投入品, 如工装、防护服、家纺面料等) 的依赖程度。 $E > 1$  表明其具有基础性支撑作用, 是“关键部门”;  $E < 1$  则反之。感应度系数的计算公式为<sup>[1]</sup>:

$$e_i = \frac{\sum_{j=1}^n C_{ij}}{\frac{1}{n} \sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n C_{ij}} \quad (i, j = 1, 2, \dots, n) \quad (2-2)$$

其中,  $(e_i)$  为第  $(i)$  产业的感应度系数。

### (二) 投入产出分析基础

投入产出分析是本研究的方法论基础, 其核心是构建投入产出表, 并计算相关系数。对《2018 年中国投入产出表》与《2020 年中国投入产出表》中的 153 个部门进行了整体的投入产出法运算。在投入产出分析后, 为凸显纺织服装服饰业的产业关联特性, 同步截取其直接关联的上游与下游相关制造部门作为参照系, 形成含 8 个产业部门的里昂惕夫逆矩阵<sup>[2]</sup> (下文截取的数据为《2020 年中国投入产出表》运算结果)。得出感应度系数和影响力系数 (算数平均)。

#### 1. 直接消耗系数:

直接消耗系数通常用  $a_{ij}$  来表示, 它表示  $j$  产业部门生产 1 单位总产出对  $i$  部门产品的消耗量, 其计算公式为投入产出表第一象限中  $j$  产业部门对  $i$  产业部门产品或服务的消耗量  $X_{ij}$  除以  $j$  部门总产出  $X_j$ , 可以表示为:

$$a_{ij} = \frac{x_{ij}}{X_j} \quad (i, j = 1, 2, \dots, n) \quad (2-3)$$

其中,  $(a_{ij})$  表示第  $(j)$  部门一个单位产品对第  $(i)$  部门产品的消耗量,  $(x_{ij})$  表示第  $(j)$  部门对第  $(i)$  部门产品的消耗量,  $(X_j)$  表示第  $(j)$  部门的总产出。

假定部门数量为  $n$ , 则投入产出表第一象限一共有  $n \times n$  个元素, 将所有的直接消耗系数组成一个矩阵, 则形成了一个  $n$  行  $n$  列的方阵, 即形成直接消耗系数矩阵, 用  $A$  来表示, 即:

$$A = \begin{bmatrix} a_{11} & a_{12} & \cdots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \cdots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \cdots & a_{nn} \end{bmatrix} \quad (2-4)$$

表 1 计算得出的公式 A 矩阵具体数值

| 产品类别          | 产品部门  | 棉、化纤纺织及印染精加工品 | 毛纺织及染整精加工品 | 麻、丝绸纺织及加工品 | 针织或钩针编织及其制品 | 纺织制成品       | 纺织服装服饰      | 皮革、毛皮、羽毛及其制品 | 鞋           |
|---------------|-------|---------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|-------------|
| 棉、化纤纺织及印染精加工品 | 17027 | 0.306589728   | 0.04373707 | 0.02586014 | 0.313327901 | 0.36400591  | 0.321744224 | 0.036475119  | 0.082321216 |
| 毛纺织及染整精加工品    | 17028 | 0.005102495   | 0.15261036 | 0.00656528 | 0.047433455 | 0.05710095  | 0.051994567 | 0.00114953   | 0.00029749  |
| 麻、丝绸纺织及加工品    | 17029 | 0.006920381   | 0.00168341 | 0.19583753 | 0.009619407 | 0.01629255  | 0.050650303 | 0.00124693   | 0.00389779  |
| 针织或钩针编织及其制品   | 17030 | 0.000283038   | 0.0000050  | 0.00000056 | 0.100714380 | 0.03890939  | 0.065873284 | 0.004556635  | 0.00425245  |
| 纺织制成品         | 17031 | 0.000311197   | 0.00002566 | 0.00001118 | 0.00091901  | 0.01338345  | 0.018755694 | 0.002146459  | 0.00111321  |
| 纺织服装服饰        | 18032 | 0.002423536   | 0.0127680  | 0.0017405  | 0.019406267 | 0.00662142  | 0.03063712  | 0.017676617  | 0.002036082 |
| 皮革、毛皮、羽毛及其制品  | 19033 | 0.000027682   | 0.00000562 | 0.00002514 | 0.00000908  | 0.000128126 | 0.029158742 | 0.238420629  | 0.13780626  |
| 鞋             | 19034 | 0.000000705   | 0.0000003  | 0.00000003 | 0.001149052 | 0.00029983  | 0.000594024 | 0.000591965  | 0.13645176  |

## 2. 完全消耗系数

反映了部门之间的直接和所有间接联系, 计算公式为:

$$b_{ij} = a_{ij} + \sum_{k=1}^n b_{ik} a_{kj} \quad (i, j = 1, 2, \dots, n) \quad (2-5)$$

其中,  $(b_{ij})$  是完全消耗系数, 表示生产单位  $j$  产品所直接和间接消耗的  $i$  产品数量;  $(a_{ij})$  是直接消耗系数。<sup>[3]</sup>

用矩阵表示, 即:  $B = (I - A)^{-1} - I$  (2-6)

$$\text{其中: } B = \begin{bmatrix} b_{11} & b_{12} & \cdots & b_{1n} \\ b_{21} & b_{22} & \cdots & b_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ b_{n1} & b_{n2} & \cdots & b_{nn} \end{bmatrix} \quad (2-7)$$

表 2 计算得出的公式 B 矩阵具体数值

| 产品类别          | 产品部门  | 棉、化纤纺织及印染精加工品 | 毛纺织及染整精加工品 | 麻、丝绸纺织及加工品 | 针织或钩针编织及其制品 | 纺织制成品       | 纺织服装服饰      | 皮革、毛皮、羽毛及其制品 | 鞋          |
|---------------|-------|---------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|------------|
| 棉、化纤纺织及印染精加工品 | 17027 | 0.450338493   | 0.08654668 | 0.05134798 | 0.527117493 | 0.56841524  | 0.540951573 | 0.090626858  | 0.16323646 |
| 毛纺织及染整精加工品    | 17028 | 0.009440712   | 0.18230753 | 0.00178724 | 0.067744835 | 0.07527919  | 0.073080132 | 0.00493672   | 0.00321673 |
| 麻、丝绸纺织及加工品    | 17029 | 0.013159551   | 0.00459385 | 0.24445849 | 0.020140691 | 0.0272783   | 0.071953382 | 0.00497803   | 0.00849381 |
| 针织或钩针编织及其制品   | 17030 | 0.001211877   | 0.0015853  | 0.00058909 | 0.114645159 | 0.045348    | 0.077618945 | 0.009065012  | 0.00732643 |
| 纺织制成品         | 17031 | 0.001320041   | 0.00141066 | 0.00011752 | 0.003813677 | 0.01500369  | 0.020767808 | 0.00387469   | 0.00387576 |
| 纺织服装服饰        | 18032 | 0.008473044   | 0.01982528 | 0.0059707  | 0.029563031 | 0.01596871  | 0.041748523 | 0.028997199  | 0.0132164  |
| 皮革、毛皮、羽毛及其制品  | 19033 | 0.000722258   | 0.00095964 | 0.00053978 | 0.002738615 | 0.00275156  | 0.00404651  | 0.314570997  | 0.21039712 |
| 鞋             | 19034 | 0.000230872   | 0.00018498 | 0.00017425 | 0.00178139  | 0.000685134 | 0.001087537 | 0.001109391  | 0.15841494 |

$((I - A)^{-1})$ 是列昂惕夫逆矩阵, I 表示单位矩阵。

投入产出模型的基本形式为:  $(I - A)X = Y$  (2-8)

其中:

$$(I - A) = \begin{bmatrix} 1 - a_{11} & -a_{12} & \cdots & -a_{1n} \\ -a_{21} & 1 - a_{22} & \cdots & -a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ -a_{n1} & -a_{n2} & \cdots & 1 - a_{nn} \end{bmatrix} \quad (2-9)$$

### 三、中国纺织服装服饰业的角色定位

无论是, 棉、化纤部门; 针织品、纺织制成品、鞋亦或者是毛纺、麻纺部门, 他们的最终的消费需求端都是指向的纺织服装服饰业。<sup>[3]</sup>在此我们必须要对纺织服装服饰业进行更深入的剖析。

基于 2018 年中国投入产出表, 计算得到中国纺织服装服饰业的核心系数如下:

表 3 2018 年中国纺织服装服饰业核心系数

| 指标               | 数值          | 含义                   |
|------------------|-------------|----------------------|
| 影响力系数 (F) (算术平均) | 1.252594309 | 高于社会平均水平(1), 拉动能力强   |
| 感应度系数 (E)        | 0.938610795 | 略低于社会平均水平(1), 支撑作用一般 |

基于 2020 年中国投入产出表, 计算得到中国纺织服装服饰业的核心系数如下:

表 4 2020 年中国纺织服装服饰业核心系数

| 指标 | 数值 | 含义 |
|----|----|----|
|    |    |    |

|                  |             |                      |
|------------------|-------------|----------------------|
| 影响力系数 (F) (算术平均) | 1.230839777 | 高于社会平均水平(1), 拉动能力强   |
| 感应度系数 (E)        | 0.944288235 | 略低于社会平均水平(1), 支撑作用一般 |

通过比较 2018 与 2020 年间, 行业影响力系数由 1.2526 降至 1.2308, 影响力系数微降: 产业拉动效应的“高位固化”与“质量优化”。影响力系数从 1.2526 降至 1.2308, 这一变化可从两个层面进行解读。首先, 从绝对水平看, 尽管系数有所下降, 但其数值依然显著高于社会平均水平 (1.0)。

感应度系数微升: 产业链嵌入度与内需响应能力的“缓慢觉醒”。感应度系数从 0.9386 微升至 0.9443, 这一变化虽然幅度不大, 但其指向性意义极为重要。<sup>[2]</sup>它标志着纺织服装服饰业在国民经济网络中, 作为“被需求者”的角色正在发生积极转变。该系数始终低于 1, 表明从绝对水平上看, 纺织服装服饰业作为中间投入品, 对其他产业部门的支撑作用仍然低于全社会各部门的平均水平, 其产品大量直接用于最终消费而非作为其他产业的中间投入。然而, 系数的上升则是一个明确的信号, 表明这种“弱支撑”的局面正在得到轻微改善, <sup>[3]</sup>产业链的互动性在提升。<sup>[4]</sup>

## 四、从产业关联角度剖析纺织服装服饰业创新创业路径

### (一) 从系数微变中洞察产业革命的先声

2018 至 2020 年, 中国纺织服装服饰业的核心关联系数发生了虽不剧烈但指向性明确的演变: 影响力系数从 1.2526 降至 1.2308, 感应度系数从 0.9386 微升至 0.9443。<sup>[5]</sup>这一“一降一升”并非无关紧要的数值波动, 而是深刻揭示了产业内在动力与外部关联正在发生的结构性调整。传统的、以规模扩张为基础的“量变”拉动效应正在放缓, 而对国民经济其他部门的价值渗透这一“质变”过程已悄然启动。本章深入挖掘这两大系数变化背后所隐藏的产业真实痛点与空白, 并以此为基础, 论证这些结构性变化如何为 2018-2020 年期间及之后, 中国本土以“纺织服装服饰+”为核心的创新创业实践, 提供了最直接、最迫切的行动指南与商业机遇。

### (二) 影响力系数的创新创业传导: 需求引致与价值链上游的创新机遇

影响力系数下降 (1.2526→1.2308): 对“低质量拉动”的创业反击。影响力系数的下降, 标志着单位最终产出对上游传统部门的拉动效能有所减弱。<sup>[6]</sup>这并非产业拉动能力的根本性衰落, 而是对过去那种依赖于原材料堆砌、低附加值代工的“粗放式拉动”模式的敲响。这一数据变化, 为创新创业者指向了一个明确的领域: 必须通过技术创新与模式革新, 重塑上游价值链, 以“质”的提升弥补“量”的边际效益递减。

这种传导首先激发了对产业“技术基座”的创业重构。纺织服装服饰业对新颖、功能化、可持续面料的永恒追求, 在影响力系数的放大下, 为上游材料科技的突破创造了明确的商业化出口。这促使一批高科技创业公司应运而生, 它们专注于生物基可降解聚酯、具有热湿管理功能的相变材料、乃至能与人体进行生物信息交互的柔性传感织物的研发与量产。这些企业的创立, 其根本动力并非源于材料科学自身的内生演进, 而是源于终端纺织服装服饰业对其上游“技术基座”进行升级的强劲且可预期的市场需求。

进而, 这种需求拉动效应沿价值链继续向上游和旁侧传导, 催生了对“生产范式”的创业式革新。纺织服装服饰消费的个性化、快反化趋势, 通过高影响力系数, 转化为对整个制造体系柔性化与数字化的巨大压力。这为致力于开发颠覆性生产技术的创业公司提供了历史性机遇。例如, 专注于三维立体编织实现“织造成衣”一体化技术的企业, 研发基于机器视觉与人工智能的自动化裁剪、缝制系统的公司, 以及提供小批量、环保数字化印花解决方案的初创团队, 它们的生存与发展空间, 直接由纺织服装服饰业升级其上游制造环节的迫切性所决定。

最终, 为了确保这一被放大的需求流能够高效、精准地在复杂的产业链条中传递, 影响力系数进一步催生了针对“供应链协同”的商业模式创新。基于区块链技术的面料溯源平台、利用大数据进行供需

智能匹配的 B2B 交易平台、以及为中小服装企业及其供应商提供供应链金融服务的金融科技公司，这些新兴业态的诞生，其商业逻辑的根源在于优化和润滑由高影响力系数所驱动的、高频且复杂的产业互动关系。

### 1. 针对上游技术空心化的材料科技创新

传统的棉、化纤纺织等上游部门，其高消耗量并未充分转化为高附加值。影响力系数的下降，正是这种模式难以维继的信号。这直接催生了专注于“替代与升级”的创业机会：

**创业实践一：高性能环保材料的国产化攻关。**面对国际品牌对可再生纤维（如 Lyocell）、生物基合成纤维（如 PTT）的需求激增，以及国内环保政策收紧，创业机会存在于攻克这些材料的国产化生产技术瓶颈。例如，成立于 2018 年前后的多家科技公司，专注于将实验室的莱赛尔纤维技术进行产业化放大，通过优化溶剂回收系统降低生产成本，为国内品牌提供可替代传统粘胶的绿色高端选项。

**创业实践二：赋予面料“超能力”的功能性整理技术。**当简单的印染精加工不足以支撑价值，创业便向更深度的功能化迈进。出现了专注于无水染色技术（如超临界二氧化碳染色）的装备与服务提供商，以及开发持久性功能整理剂（如无氟防水、植物源抗菌、智能温控微胶囊）的化学科技公司。它们的业务本质是帮助上游面料商实现差异化竞争，从而提升纺织服装服饰业单位原材料消耗的价值密度。

### 2. 响应拉动效率不足的数字化供应链创业

影响力系数下降也反映出传统供应链的响应迟滞与资源错配。这为提升产业链整体“效率”的创业创造了空间：

**创业实践三：以数据驱动的柔性供应链服务平台。**此类创业旨在解决纺织服装服饰业“小单快反”需求与上游规模化生产之间的矛盾。它们搭建数字平台，将下游品牌的订单需求，与上游闲置的、具备小批量生产能力的面料商和成衣厂进行精准匹配。通过集合小单为大单、智能排产、共享版房等方式，系统性地降低上游企业承接柔性订单的成本，从而盘活整个供应链的响应能力，这正是在巩固和优化纺织服装服饰业的拉动基础。

**创业实践四：基于物联网的供应链透明度解决方案。**为回应消费者与品牌对原材料溯源的需求，创业公司开发结合区块链与 RFID/NFC 技术的解决方案。从棉田或化纤工厂开始，记录每一批面料的来源、生产工艺、碳足迹等信息，并生成不可篡改的数字护照。这项服务提升了上游材料的可信价值，满足了品牌 ESG（环境、社会和治理）诉求，是另一种形式的价值链提升。

## （三）感应度系数微升（0.9386→0.9443）：对弱支撑困境<sup>[5]</sup>的破局探索

感应度系数的微升，尽管幅度不大，但意义重大。它证实了纺织服装服饰业作为“中间投入品”的角色正在被重新定义，其产品开始更多、更深地渗透到其他经济部门。感应力系数通过揭示产业“前向关联”的薄弱环节，指明了价值创造的新边疆。一个低于平均水平的感应力系数，宏观上意味着纺织服装服饰业作为中间投入品，其经济重要性尚未被充分发掘；微观上则映射出其产品功能属性的单一性，使其难以突破最终消费品的范畴，嵌入到更具增值潜力的产业链中。

这一结构性空白，构成了“前向融合型”创新创业最强烈的诱因。其核心逻辑是，通过技术赋能与功能重构，彻底改变纺织服装服饰业的根本属性，使其从一个被动的“消费终点”，转变为一个主动的“价值节点”，嵌入到健康、医疗、娱乐、安防等更为广阔的产业生态中。例如，将生物传感器、柔性电源与低功耗通讯模块集成于纺织服装服饰之中，创业公司由此创造出的已不再是传统意义上的“衣物”，而是一个持续采集并传输人体健康数据的“移动医疗终端”。这种产品的价值实现，高度依赖于其与远程医疗平台、健康管理服务商和保险公司的深度耦合。此类创业的成功，在宏观上直接表现为纺织服装服饰业对医疗健康部门“感应力”的提升。

这种价值重构的终极形态，是推动纺织服装服饰从功能化的“产品”演进为开放性的“平台”。当其集成了数据处理、信息显示与交互能力，它便成为一个承载多样化服务的接口。创业者可以围绕此智能服饰硬件，开发生态化的应用与服务，如基于生理数据的个性化健身指导订阅服务、与虚拟现实内容

联动的沉浸式娱乐体验等。此时的创新创业，其核心已从实体产品的制造，转向了以服装为触点的“服务设计与生态运营”。

最终，感应力系数的传导机制在商业模式层面催生了根本性创新，即从“所有权”交易转向“使用权”服务。

### 1. 开拓服装作为功能载体的新市场

感应度系数的提升，直接对应着服装产品功能属性的丰富，使其能够作为功能组件被其他行业采购。

创业实践五：面向B端市场的专业工装与防护服研发。这不是传统的劳保服生产，而是针对特定行业的深度研发。例如，为新能源汽车锂电池制造车间研发防静电、耐电解液腐蚀的特种防护服；为冷链物流行业开发轻便且长时间保温的智能恒温服；为户外巡检人员开发集成定位、通讯与生命体征监测的智能工装。这些产品的客户是汽车厂、物流公司、电网企业，其价值体现在提升B端客户的生产安全与运营效率，是纺织服装服饰业提升感应度的直接体现。

创业实践六：将纺织服装服饰打造为“个人健康管理门户”。感应度系数的上升，部分得益于“健康中国”战略下，大健康产业的蓬勃发展为纺织服装服饰带来的新角色。创业公司致力于开发医疗级（获取二类医疗器械注册证）的智能服装，如用于远程心电监测的智能背心、用于糖尿病患者长期体温波动监控的智能内衣。这些产品通过医院、体检中心或保险公司销售，其商业模式的本质是纺织服装服饰企业向医疗健康服务商提供数据采集硬件。

### 2. 创新服装作为服务接口的商业模式

感应度系数的提升，不仅在于卖产品，更在于卖服务，通过服务化深度嵌入国民经济。

创业实践七：基于订阅制的纺织服装服饰“使用权”服务。此模式针对特定场景下的高频功能服装需求。例如，面向备孕及育龄期女性的“孕期时装”订阅服务；面向都市精英的“商务男装”月度订阅盒。用户支付月费，定期收到搭配好且清洗消毒过的服装，到期归还。创业公司从“纺织服装服饰制造商”转变为“着装解决方案服务商”，其收入来自于持续的服务费，这本身就是纺织服装服饰业以“服务”形态嵌入消费者生活的过程。

创业实践八：构建服装回收与升级再造的闭环体系。为响应国家“双碳”目标及品牌可持续转型需求，出现了专门从事废旧纺织品闭环再生的科技公司。它们不仅回收旧衣，还通过化学法解聚再生出高品质的再生纤维，反向供给品牌使用。另一类创业是设计师主导的升级再造（Upcycling）品牌，将库存尾货或废旧物料设计成高附加值的潮流单品。这两种模式都使纺织服装服饰业更紧密地嵌入到“循环经济”这一宏观体系中，提升了其作为材料来源的感应能力。

## （四）创新创业的范式融合与生态系统构建

在真实的产业实践中，由影响力与感应力系数传导催生的创新创业活动并非截然分立，而是呈现出高度的融合性。比如一个成功的“智能运动服”创业项目，既需要上游新材料与传感器技术的支撑（响应影响力拉动），其价值又依赖于与运动康复、数据服务等下游产业的深度融合（响应感应力推动）。因此，新时代的纺织服装服饰业的创业者，必须具备“全链条视野”，在由系数所界定的结构性机遇中，进行跨学科、跨产业的价值重组。

这一范式的转型，对支撑其发展的创新生态系统提出了全新的要求。政策设计的焦点应从扶持特定企业，转向营造有利于跨界融合的“制度环境”与“创新公地”。这包括：建立跨部门的“产业融合创新中心”，以非营利实体方式为创业者提供共性技术研发、中试与检测服务，降低科技创业的门槛；推动高等教育体系设立融合工程、信息、材料、设计与商科的交叉学科，以及主导制定关于数据接口、产品标准与隐私安全的通用协议，为纺织服装服饰产品作为平台嵌入其他产业扫清制度性障碍等。

## 五、结论

本文基于2018-2020年中国投入产出数据，通过深入分析纺织服装服饰业的影响力系数与感应力系数的动态变化，揭示了产业关联结构重塑与创新创业活动之间的内在联系。研究表明，中国纺织服装服

饰业正经历从传统制造向创新驱动的深刻转型，其“高影响力、低感应力”的结构特征不仅揭示了产业发展的瓶颈，更为创新创业指明了突破方向。

本研究的核心发现表明，产业关联系数变化与创新创业活动呈现出显著的传导效应。影响力系数的下降（1.2526→1.2308）反映了传统粗放式增长模式的式微，这一变化直接催生了以材料创新、智能生产和供应链数字化为代表的“后向整合型”创业浪潮。与此同时，感应力系数的微升（0.9386→0.9443）则标志着产业边界正在被打破，推动了以功能化、服务化和平台化为特征的“前向融合型”创新实践。

具体而言，创新创业活动在两大维度上实现了突破性进展：一方面，上游技术创新领域涌现出包括绿色材料研发、无水染色技术、柔性制造系统等在内的多个创业热点，这些创新有效提升了产业链的科技含量和反应速度；另一方面，下游应用创新则呈现出多元化发展态势，智能健康服饰、专业工装解决方案、服装订阅服务等新兴业态的兴起，显著拓展了纺织服装服饰业的传统边界，增强了其对其他产业部门的渗透能力。

这些创新创业实践不仅是对产业系数变化的被动响应，更是推动产业结构优化升级的主动力量。它们通过重构产业链、重塑商业模式、打破行业边界，为中国纺织服装服饰业的高质量发展注入了新的动能。在这一过程中，创新创业者展现出了敏锐的市场洞察力和强大的资源整合能力，成功将结构性的挑战转化为发展的机遇。

展望未来，中国纺织服装服饰业的持续创新需要构建更加完善的创新生态系统。这包括建立跨领域的产学研合作平台，培育具备跨界整合能力的复合型人才，制定适应新业态发展的行业标准，以及营造鼓励试错、宽容失败的创新文化。只有通过这些系统性支撑，才能充分释放产业链结构中的创新潜能，推动中国纺织服装服饰业实现从规模优势向创新优势的根本性转变。

总之，本研究的价值在于建立了从产业关联结构到创新创业活动的完整分析框架，不仅为理解中国纺织服装服饰业的转型升级提供了新的视角，也为相关政策制定和创新实践提供了理论依据和实践参考。在创新驱动发展战略的引领下，中国纺织服装服饰业有望通过持续的创新创业活动，实现从全球价值链的参与者向引领者的跨越。

## 参考文献：

- [1] 夏燕靖. 对纺织最终产品发展趋势的探析[J]. 艺苑(南京艺术学院学报美术版), 1997, (02): 51-54.
- [2] 韩胜娟. 数字经济产业投入产出效应的统计测度[J]. 统计与决策, 2025, 41(10): 5-10.
- [3] 马培森. 体育产业投入产出表的编制及产业效应研究[D]. 山东财经大学, 2025.
- [4] 游千, 卢安. 基于投入产出分析的中国纺织服装业发展研究[J]. 毛纺科技, 2018, 46(01): 73-77.
- [5] 李明洁, 卢安. 基于投入产出分析的浙江省纺织品制造业发展研究[J]. 毛纺科技, 2018, 46(03): 79-84.
- [6] 邵新媛, 冯英娟. 基于投入产出模型的中国汽车产业关联与波及效应分析[J]. 现代工业经济和信息化, 2025, 15(02): 21-23.