

2014年10月25日 星期六

编辑: 诸晓红
组版: 张 婧
校对: 朱 君

霓裳东方

设立品牌微信群让客户点评 分析数据预判市场

一件服饰背后的大数据支撑

财经观察

中式设计理念、时尚的中老年大衣、生产和营销模式的整合……记者在第十八届宁波国际服装节上发现,越来越多的元素背后有了大数据的支撑。
记者 杨江 王婧 通讯员 郁俏峰

2014宁波国际时装周——先锋学院作品发布,图为模特在走秀。 记者 王增芳 摄

咖啡渣做面料
环保又保暖

绿色环保纺织品走俏服装节



吃剩的咖啡渣经过超高温碳化,变身咖啡碳纤维,做出的内衣能蓄热保暖;用生态有机方式种植的棉花,做成有机棉服装,不但适合敏感肌肤,也体现对土地的一份关爱……绿色、低碳、环保、可持续发展是纺织服装行业发展的必然趋势,也是本届宁波国际服装节的主旋律,不少参展企业展示的新产品、新技术,都在努力回归自然和本真。

咖啡碳做成的保暖内衣热销

喝剩的咖啡渣还能干什么?会展中心1号馆马威服饰展台里,一种用咖啡碳做成的保暖面料吸引不少参观者。为了让参观者详细了解从咖啡渣到面料的过程,展商用3个玻璃罐展示了其演变过程。“利用喝完咖啡后剩下的咖啡渣,经1000摄氏度的超高温煅烧碳化后制成晶体,再研磨成纳米粉体,加入到聚酯纤维中生产而成,不仅轻薄,还能够吸温发热。”工作人员介绍,这种咖啡碳面料最适合做成近几年市场上流行的“发热内衣”,这样的内衣天然环保还不易变形。

环保理念的服装亮相服装节,备受消费者的追捧。在会展中心6号馆马威服饰的直销展位里记者看到,这种咖啡碳为原料的蓄热保暖内衣受到很多顾客喜欢,特价39元一件的咖啡碳内衣,不少市民一口气买三四件。工作人员告诉记者,这种内衣服装节第一天就卖断了货,昨天又紧急补了一批。

有机棉服装关爱土地的健康

有机食品在生活中很常见,但有机棉服装在市场上并不多。在会展中心3号馆,香港迈思国际推出了系列有机棉服装,所有服装用的棉花都用有机方式种植,生产纺织过程中也要求无污染,有的面料上甚至还保留着棉籽的原始颗粒。

“有机棉产品体现的是对土地生态的关爱,一件T恤大概需要用到2.67平方米的棉花纺织而成,我们在山西黄河滩上采用生态的方式种植有机棉花,不用花费农药,采用节水种植的方式每年还能节约10.5个饮水桶的水。”香港迈思国际刘芝敏介绍,有机棉产品的原料,在农业生产中以有机肥、生物防治病虫害、自然耕作管理为主,不允许使用化学制品,在生产纺织过程中也要求无污染。有机棉服装最大的优点是能缓解过敏症状,所以更有利于呵护儿童皮肤健康。
记者 孙美星

70人以上喜欢就有市场

鲜红的颜色,时尚的七分袖,深色腰带将体型完美呈现……在宁波国际服装节的斐戈展位内,一件新出品的大衣吸引了过往的年轻男女。斐戈集团品牌副总经理洪寅寅却说,这是一件中老年人穿的大衣,反其道而行之的设计理念背后是强大的数据分析支撑。

在斐戈展位内的红色大衣便是对大数据利用的案列,洪寅寅介绍,“这件大衣是今年刚刚推出,它一改传统中老年人服饰朴素的风格,改走时尚的道路。”

洪寅寅介绍,斐戈每年都会把服饰

销售数据进行整合,并对色调、款式的变化进行分析。经过数据的分析,斐戈研发人员发现,中老年人服饰的色调越来越鲜艳,款式越来越时尚,特别是去年的消清率(销售数量与生产数量的比率)达70%。“从数据中可以反映出,中老年客户越来越倾向于选择色彩鲜艳的服饰,而红色的选择率最高。在款式方面,七分袖和修身腰带也受到了客户的青睐。”洪寅寅介绍,因此,经过研发,今年推出了这款红色七分袖大衣。

斐戈已经设立了品牌微信群,下一步,他们会把设计的服饰样本放在微信群中,由客户来评判服饰,并适时改进服饰。“我相信,70人以上喜欢服饰样本,那么,这款服饰投放市场后必定受到客户的欢迎。”洪寅寅说。

数据粗糙会误导企业发展

“其实,我们很早就有自己的数据分析了,但是真正应用线上的大数据来分析未来产品变化和趋势是从去年开始的。”宁波博洋服饰有限公司计划部的黄经理告诉记者,应用大数据没那么简单,慢工出细活,如果数据不够充分,比较粗糙的话,可能会误导企业的发展,为企业带来经济损失。“所以需要沉下心

来研究。”
黄经理表示,数据都是很表面的,需要通过数据来挖掘背后有价值的内容。“应用大数据对我们的帮助很大,可以提前准确把握住消费者的消费趋势以及市场的变化情况,比如通过数据判断出来哪些产品在走下坡路,可以提前缩量,就不会造成库存积压等问题。”黄经

理说,比如博洋的休闲裤品类,近年来,就是通过大数据提前判断出其发展趋势在萎缩,就提前开始压缩生产量,当今年市场真的出现反转的时候,“因‘刹车’及时,公司没有因为库存积压过大,而带来经济损失。”

专家观点

应用大数据,沉下心来很关键

昨天,宁波大学艺术学院服装系主任刘云华在接受记者采访时表示,现在是信息化的时代,传统服装企业通过大数据整合资源很重要。

如何应用大数据整合资源?刘云华说,服装企业首先要找准定位,知道自己不同于别人的特质在哪里,然后利用大数据整合资源,比如大的服装企业要用高科技的手段做好自己

内部信息化的管理;中小型服装企业要把握住自己核心的优势,就是知道特质在哪里,到底是生产加工有优势,设计创意有优势还是营销有优势,一定要知道,而不眉毛胡子一把抓。

在采访中,记者了解到,不少服装企业觉得特质化的“点”难找,但是在刘云华看来,不是不好找,只是

这些企业浮躁太急于看到成果了,“不少企业并没有沉下心来去做文化的积淀或者品牌文化,任何的品牌不是在短时间内就能形成的,而是经过十几年,几十年,甚至几百年沉淀下来的。”刘云华说,所以,传统服装企业要想通过大数据转型,并且多个环节审视、改善、颠覆旧有价值链,沉下心来是关键。

设计师教你打扮
如何打造“花样暖男”

从近几年的流行趋势来看,男装与女装之间的界限不再如以往那样“泾渭分明”,而是相互之间有了借鉴和融合。“暖男”是今年的流行词,而在时装界里,“暖男风”同样横行。

“对于男装而言,明年春夏的流行色将是纯度较高的色系。时尚男性可以选择如粉色、橙色都会运用到男装上,面料上会更加注重肌理感。对于格纹、提花等元素运用也会较为寻常。”宁波罗蒙制衣有限公司的设计师说。另外,在搭配上可以故意留一点“小心机”,比如将裤脚挽至脚踝,显露出花哨的袜子;比如可以选择颜色跳脱的流苏围巾搭配灰色休闲西装等。

如果要打造出长腿“欧巴”的效果,不妨选择长度较短的上衣,以达到转移视觉重心,重塑比例的目的。
见习记者 余婧婧