



一座城市因一个节日而神采飞扬,一个节日因一座城市而魅力永存。昨晚,第20届宁波国际服装节开幕式在文化广场保利大剧院拉开帷幕。回首过去这二十年,服装节依托服装产业蜚声海内外,而宁波的服装产业也通过这个平台走向世界,诠释了“宁波装,妆天下”这一主题。从市民的节日到产业的盛会,服装节的功能定位顺应时代而改变,但这丝毫不影响它成为承载一代宁波人记忆的符号。

记者 乐骁立 通讯员 郁俏峰 储昭节

市民的节日 产业的盛会

宁波国际服装节走过20年



2016宁波国际时装周开幕秀。 记者 陈旭钦 摄

市民的节日

“第一届服装节时,我费尽周折弄到5张开幕式文艺晚会的门票,2张送给了最要好的朋友,当时朋友惊喜的表情至今让我印象深刻。”市民傅先生说。

他回忆说,那时服装节的LOGO贴满了大街小巷,随处可见外国人,一种开放、喜庆的节日气氛洋溢在甬城街头。而金鸡百花奖、《同一首歌》等大型文艺活动与服装节结合,也使服装节成了宁波市民文化活动的一张新名片。

在服装节举办期间,亚细亚商城、长发商厦、天一广场等商业购物中心都开设了展销会,众多市民蜂拥前往,疯狂扫

货,场面相当于如今的“双十一”电商节。也是从这些展销会上,市民追赶上了最新的国际潮流,熟知了皮尔卡丹、KAPPA等国际品牌。

也是从那时开始,宁波市民能够近距离地接触到之前只能在电视上才能看到的T台秀。

宁波市政府咨询委员会委员、中国服装协会副会长陈国强经历了历届服装节的筹备工作。他说,服装节既是向世界展示宁波的窗口,也是宁波市民认识世界的平台。还记得,第三届宁波国际服装节在天一阁推出“天一夜宴”,邀请了世界名模陈娟红、马艳丽、路易等参加,古老文化与现代时尚相结合,晚

产业的盛会

服装节因宁波装而兴,而服装产业也随着服装节的举办不断蓬勃发展,“依托产业、服务产业、提升产业”成为服装节新的功能定位。

2015年宁波纺织服装规上工业总产值达到1180亿元,是1997年的近5倍,完成利税总额是1997年的7.43倍,出口交货值约是2002年3倍。

据陈国强介绍,在服装节初创阶段,宁波已经诞生了雅戈尔、杉杉、罗蒙、太平鸟、培罗成等一批成熟的服装企业与品牌,这些品牌通过服装节这个平台进一步扩大了

市场影响力。

2000年第四届服装节上,太平鸟推出“不做服装做时尚”理念和差异化竞争思路,创造了“快时尚虚拟发展模式”,实现企业从生产服装到品牌运营再到时尚制造的快速转变,引领了一场新的服装业态革命;而在2003年第七届国际服装节,杉杉集团和中国服装设计师协会、法国高级时装公会共同主办“巴黎归来——当代中国优秀时装设计师作品发布会”,将中西方服装文化的元素结合在一起,产生了一种“另类”

会代表中国服装界在法国时尚频道FTV转播,引得海内外一片赞赏。

而20年来,随着城市的发展,服装节的会址也几经变迁,从金宝广场到亚细亚广场、新闻中心,最终到国际会展中心。

“作为宁波当时最大的展会活动,服装节不仅对产业形成了巨大的推进作用,同时也带动了宁波会展业的发展。”陈国强说。之后,中国塑博会、浙江投资贸易洽谈会、中国国际日用消费品博览会、中国家居用品博览会等相继落户宁波。2003年,宁波市首次入选国内十佳会展城市。

的时尚感,让世界见识了来自宁波的时尚理念……

同时,一批新兴的本土服装企业与品牌相继崛起,在女装方面,有斐戈·德·玛纳、STEVE&VIVIAN、Esback、且可韵、麦中林(Mildtree)、花时美等,这些品牌的出现,迅速改变了宁波服装业男装唱“独角戏”的尴尬处境。

此外,如爱法贝、小虎·帕蒂、MQD、辛巴娜娜、偶飞、春芽子、巴比乐、一休等一批优秀童装品牌的创立也助力宁波服装逐步形成了多元化、系列化格局。

美丽的畅想

今天,第20届宁波国际服装服饰博览会在宁波国际会展中心热力上演,本届首次设置的智能制造展区、“Showroom Ningbo”商业展示区等创新展馆与一场接着一场的T台秀将再次向海内外客商展示宁波新一代的服装款式、品牌营销理念与突破性的制造工艺,并载着装扮天下的美丽梦想,续写“时尚”篇章。

浙江纺织服装职业技术学院的夏春玲教授介绍,自21世纪初期开始,随着经济全球化和世界范围的产业转移、产业结构调整进一步深化,宁波人凭借做事诚实和富于创新的个性,纺织服装产业主动转型升级。从代加工生产到自主品牌转型;从“工业品牌”向“时尚品牌”转型,宁波服装产业迈出了向时尚化、高档化、休闲化转型的坚定步伐。

如今,宁波服装纺织企业正在积极创新商业模式。2010年“双十一”,博洋家纺淘宝商城销售金额突破2156万元,创造了当时中国电子商务史上单个网店日销售的最高记录。

而雅戈尔近年来已累计投入30亿元用于渠道网络建设,雅戈尔的所有实体店均转型为O2O模式下的线下消费体验馆。去年开始,雅戈尔还充分应用大数据手段进行全渠道营销。用数字化包装渠道终端,让每一家店铺都变成企业敏锐的市场触手。太平鸟、GXG、维科等龙头企业也在追逐数字经济的竞赛中,脱颖而出、持续领跑,成为一道亮丽风景线。

联袂欧洲五大顶级面料供应商 雅戈尔拟投100亿元 打造世界品牌

商报讯(记者 殷浩 通讯员 于澄)昨天,雅戈尔正式与欧洲五大顶级面料供应商签署战略合作协议,共同打造中国服装行业高端成衣和定制品牌MAYOR。雅戈尔集团董事长李如成表示,雅戈尔将在未来5年内投入100亿元,加强对服装领域新材料、新面料、新工艺、新品牌和新服务的创新,用5年时间再造一个雅戈尔。

这五大欧洲顶级面料品牌包括来自意大利的ALBINI、ERMENEGILDO ZEGNA、LORO PIANA、CERRUTI 1881以及来自瑞士的ALUMO。这五大顶级面料供应商一直是欧洲皇室、政要和社会名流的选择。

结合这次战略合作,雅戈尔将在未来几年内打造1000家“雅戈尔之家”专卖店。与以往传统的专卖店不同,雅戈尔之家将成为品牌展示推广中心、顾客的O2O体验中心、时尚展示中心。雅戈尔集团将采用上述五家面料供应商的产品,为消费者提供高度个性化的定制服务。

雅戈尔控股公司总经理胡纲高表示,雅戈尔希望通过成衣制造、改款服务和量身定制,将MAYOR打造成为一个面向中国市场的高端品牌,为中国消费的升级换代,为中国乃至全球经济的繁荣做出贡献。

中国服装协会常务副会长陈大鹏在现场表示,雅戈尔作为中国服装业的旗帜性企业,这次与欧洲五大顶级面料供应商开展合作,配置全球最优质的资源,推动品牌向高端迈进。这为中国服装行业的供给侧改革树立了一个样板。

2016宁波国际时装周昨晚开幕 23场时尚秀舞动甬城

商报讯(记者 陈旭钦)昨晚,在宁波国际会展中心4号馆举行的法国设计师席琳·博尔顿(Celine.b)作品秀,霓裳锦衣,绚丽多姿,姍姍妖娆,梦幻迷离……作为2016宁波国际时装周开幕秀,迷倒了一批观众。

本届时装周共有海外设计师、国内知名品牌、国内新锐设计师、本土风尚品牌和先锋学院五个门类的23场走秀活动,比去年增加4场。其中东华大学、鲁迅美术学院等5所国内著名高校服装学院、30位海内外新锐设计师进行时尚品牌发布,创历届之最。

这些时装周设计中,既有多次来过宁波秀场的黄海兵、郑彤、张玮,也有首次亮相的Lucie、林然、吴晓鹏等青年设计师。他们作品的发布方式将分动态秀与静态展两种,动态秀有12组设计师将融汇服装业界最新流行元素和时尚讯息,联手奉献12场男装、女装交互的时装动态秀。

值得一提的是,静态展“Showroom Ningbo”是本届宁波国际时装周的亮点之一。既展示设计师的帽子、丝巾、家纺等作品,也为服装企业详细了解设计师提供时间与空间,方便服装企业与设计师深入交流,利于引入设计师力量,同时也为设计师寻求更具发展潜力的市场提供有效平台。

来自法国、日本、韩国等多名海外时装品牌设计师,将在时装周期间带来最新国际流行趋势,设计师女装席琳·博尔顿(Celine.b)、韩国设计师品牌联合发布首次亮相宁波。风尚品牌发布涵盖了杉杉(男装)、伊思君凯(ESBACK,女装)、爱法贝(童装)等。

云想霓裳影,玉想水晶心,“红帮裁缝”故里唱大风。其间,还将举办2017/2018秋冬中国纺织面料流行趋势发布、服装设计师“宁波论剑”暨“百名名师进千家企业”系列活动,组织全国100名设计师,通过静态作品发布、设计师大咖演讲等等系列活动,为宁波服装企业提供设计灵感、时尚资讯,促进上下游企业对接,提升企业设计创新能力。