

“空间+时尚”

对于时尚，伦敦、巴黎、米兰和斯德哥尔摩是世界潮流圣地。时尚概念历经创造、诠释、传递和创新的轮回，历久弥新生生不息。城市味道便随之丰满起来。

为什么要把空间和时尚结合在一起？徐雷认为，城市发展到一定经济水平，需要找到一个新的增长点。时尚产业与其他产业不同，它能够同时链接产业和人群。就服装来说，比如一场简单的服装订货会，能同时带动会展、酒店、餐饮甚至旅游业等服务业发展；而人的衣食住行，更是将“衣”放在了第一位，对时尚的追求，是人对美好生活最直接的向往。宁波要“抢项目”、“抢人才”，解决好“产业”和“人”的问题，城市发展就有方向。

但时尚空间的打造其实并不容易。中国服装协会副会长陈国强认为，现在全国对时尚中心的理解其实都不够充分。光有“时尚”和光有“空间”都不行，关键是二者如何融于一体。

瑞士 playze 建筑设计事务所创始合伙人何孟佳从过去的经验中，给出了一些启发。他认为对时尚空间的把握要从三个词入手：态度、温度和强度。态度是形式主义之外的内心传递，空间和时尚可以从结构功能设计、色彩中传递出一种精神理念；温度是对人的感受的本质关怀，符合人的行为习惯，贴近人的真实需求；而强度，则是快速传播，明确地、流畅地、连贯地传递信息。

宁波可以吗？

国务院发展研究中心侯云春副主任认为，时尚汇聚在宁波有着天时地利人和的优势，宁波完全可以依托东部新城建成中国的时尚之城，大目标向着世界时尚之都迈进。

历史上看，宁波素有中国服装名城之称，过去有百年红帮历史的工匠精神。现在有雅戈尔、杉杉、博洋、申州、太平鸟等一大批中国知名品牌通过不断地产品创新、模式创新诠释着对时尚的理解。国际领先的制造能力、庞大的产业体系、知名的品牌沉淀、时尚人才的储备，为宁波发展时尚产业积蓄了足够的准备和底气。

据了解，宁波博洋集团已经拿下东部新城 A3 地块，计划打造一个集总部发展平台、产业设计平台、产业服务平台、商业共享平台四位一体的时尚创意产业主题楼宇——宁波时尚创意中心（NFCC）。NFCC 将通过集聚海内外时尚品牌及国际院校人才，孵化和运营本土品牌，建立人才智库和产业研究院，经营时尚事件等多种服务功能来丰富时尚地标内涵。

博洋控股商旅集团董事长林云华谈道：“博洋集团近年来一直在探索空间产业，但与创客 157、慈溪智谷不同的是，NFCC 是博洋集团第一个以时尚为主题的空间载体，除去空间设施等‘硬件’环境支撑外，‘软件’环境将会在这里打造出宁波样板，以集聚生产性服务企业为抓手，通过整合时尚产业上下游产业链，进一步弥补本土时尚产业配套资源的不足。另外，也希望通过完整的产业链去吸引更多的优质人才在这个空间里集聚。”

补齐短板，正确赋能很重要。从现状来看，高端设计人才、运营人才相对缺乏、公共服务平台不充分或是留住高端人才的城市氛围不足，阻碍着时尚产业的发展，对于其他产业亦如是。观察几大城市发展模式，如美国知名的“硅滩”、“硅谷”、“波兹曼”模式，都是在产业配套功能及城市功能上的独特，开辟出了发展新道路。产业的发展有其客观规律，但城市功能的谋划，更需要事在人为。

时尚宁波即将潮起东部新城，时尚空间、创意设计、产业元素在这里重新交汇融合，不知会迸发出怎样的火花？

