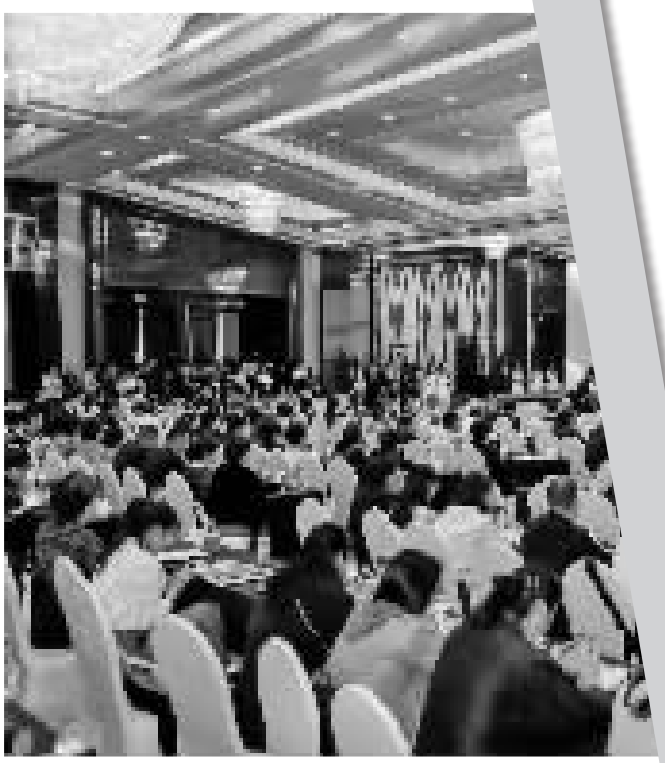

E.宁波能否举办时装周?

上月，上海时装周举行，上海市政府提出要把深海时装周打造成全球第三大时装周。这个月，宁波国际服装节升级为宁波时尚节暨服装节。一家服装业人士提出，宁波能否将举办服装节改为举办宁波时装周呢?

杨大筠表示，互联网时代，米兰、巴黎、纽约、东京等城市举行的世界四大时装周的影响力逐步下滑，这意味着我们有机会接过接力棒，在中国寻找新的全球时尚制高点。“举办时装周，一个城市向全球发布消费趋势，发布的消费产品成为全球的爆款，这需要正确的方法。”他说。

F.发展时尚产业，宁波有何优势?

时尚产业是浙江省着力打造的八大万亿级产业之一，时尚纺织服装产业纳入了宁波“246”万千亿级产业集群培育工程。据不完全统计，宁波服装规上企业有819家，去年产值达到了1108.4亿元。宁波的毯类、针织、服装辅料生产规模位居全国前列。时尚服装从男装、正装、中低档走向女装、休闲、中高档，时尚产业范围从时尚服装向时尚家电、时尚数码、时尚文具、时尚生活、时尚创意、动漫游戏、影视文化等领域延伸，行业与形态大大丰富。

应该说，宁波有着良好的时尚产业发展基础。在相关产业方面，宁波已经是遍地“珍珠”。如何把这些“珍珠”串联起来，是我们努力的方向。

C.打造时尚名城企业有何新招?

全球第一大旅行箱公司新秀丽集团的大中华区总部就设在宁波。“我们的箱包也可以做得很时尚，它不仅是装东西的容器，而且能体现个人风格，是生活方式的一部分。”新秀丽（中国）高级市场营销总监吴永红表示，新秀丽在新材料、新工艺创新方面做了很大的努力，用最新材料和最新工艺做的拉杆箱，只有1.7公斤却不影响容量和用户体验，上飞机还可以节省重量。

“未来要把雅戈尔建成一个线上线下融合的时尚企业。”雅戈尔集团股份有限公司董事长李如成在时尚大会上表达了他的决心。他介绍，雅戈尔已经创建了自己的5个品牌，在做两个世界领先的产业：一是大麻纤维工业化，15年投入好几个亿，前几年一直亏损，今年开始盈利了；二是改良中国棉花，研发的杂交棉花增加到500公斤，比之前产量仅300公斤的传统棉花增长了70%，而且纤维更细更长。

D.品牌如何插上时尚的翅膀?

发展时尚产业，需要打造品牌。品牌与时尚，越来越成为不可分割的结合体。时尚让品牌靓丽起来，品牌插上时尚的翅膀，将变得长盛不衰。中国时装设计金顶奖获得者武学凯认为，大的企业可以生存，小而美的设计师品牌同样可以有更好的生存空间，尤其是在互联网时代，在整个消费结构和消费转型升级过程中，设计师品牌有了新的机会。

对于时尚与品牌的相互关系，意大利时尚产业联合会驻华首席代表弗朗西斯的观点是：服装企业必须在未来更加注重自己的品牌和品牌个性的表达，体现品牌价值。而中国品牌协会理事长、原国家质检总局副局长刘平均提出了发展集群品牌的方向。“当前全球20%的国际知名品牌拥有80%的国际市场，全球进入了品牌经济时代。”他表示，去年，我国提出了中国国际优势品牌培育及评价，选择了中国资源、中国技术、中国优势产业集群、旅游目的地和中华老字号等五个切入点。其中，要培育50个左右的中国优势产业品牌集群。