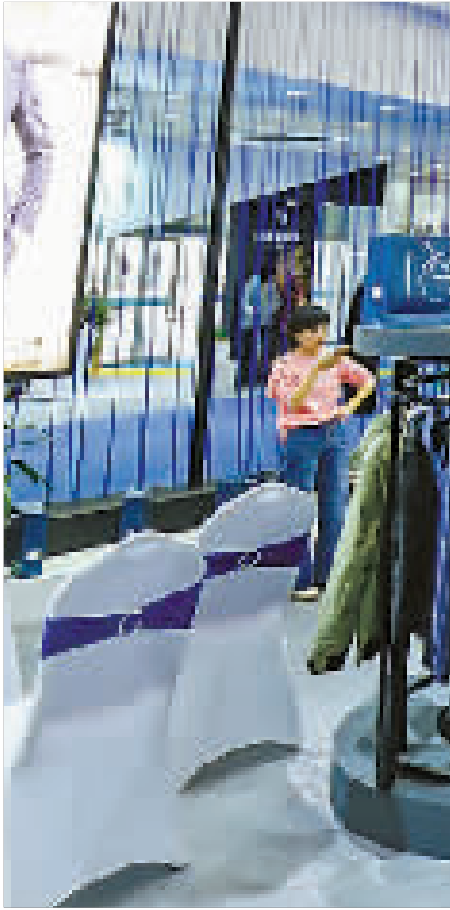
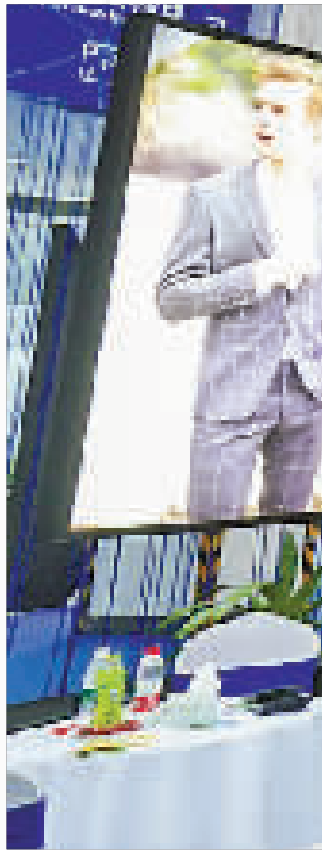




打造
时尚
名城

宁波时尚节来了

现场透露出哪些时尚密码？

记者 乐骁立

10月24日，为期4天的2019首届宁波时尚节暨第二十三届宁波国际服装节拉开大幕。23年来，宁波服装节见证了“宁波装、装天下”的辉煌历程和峥嵘岁月。伴随着产业的发展和消费的升级，本届服装节首次升级为时尚节。那么，首届时尚节现场都透露出哪些时尚密码？



时尚是市场细分的艺术

“过去我们一块肥皂从头洗到脚，如今洗头有洗发水、洗澡有沐浴露、洗手有洗手液、洗脸有洗面奶、洗脚有去角质液……不只不同部位用不同的产品，连早上和晚上用的商品都不一样，这就是消费升级带来的市场细分和商品品类细分，代表着新的时尚生活方式。”阿里巴巴副总裁靖捷在雅戈尔成立40周年大会上给时尚生活下了一个定义，那就是市场细分。

靖捷的话充分概括了当前时尚的一大内涵，因为越细分，越体现出精致的生活方式；越细分越彰显自我的个性。因此在本届时尚节展会现场，细分成为最重要的时尚元素之一。

刚过完40岁生日的雅戈尔在本届展会上主打的是全新登场的女装品牌YOUNGOR LADY。尽管这类女装属于轻熟淑装范围，但针对的年龄层基本面向的35~45岁的职业女性，同时穿着的场合基本是以通勤为主，因此以制服和连衣裙的经典品类为主。另一方面，为了彰显职业女性的时尚美感，YOUNGOR LADY采用了更为优质、舒适的面料和更为新颖、时尚的剪裁，同时辅以一些亮眼的小饰品作为细节点缀，体现独特的生活情趣和匠心。在价格方面，定位在中高端，这一系列的细分，使得YOUNGOR LADY的市场定位十分准确。

在雅戈尔董事长李如成的蓝图中，YOUNGOR LADY时装事业部未来将承担起雅戈尔世界时尚集团目标的重要任务，在两年内实现跨越式增长，达到超过2亿元的销售额。

既然升级为时尚节，展品自然不限于服装，箱包、配饰和一些生活家居用品也频繁出现在展会现场。

时尚先锋是余姚的一家箱包企业，生产的产品包括真皮包具和运动包、户外包。而户外包的品类也不断细分。以前是一个双肩包打天下，而在时尚先锋的展区，有滑雪包、登山包、垂钓包等一系列种类，而传统的双肩包也加入了独特的设计和工艺，外观和版型彰显个性时尚。据了解，时尚先锋原先是一家外贸工厂企业，如今涉足内销领域，通过电商和网红带货渠道进行销售，年营业收入近2000万元。

在现场，除了箱包配饰还有一些生活家居用品企业，比如海曙区的边边角角生活馆，主打的产品有工艺蜡烛和澳洲香薰。细分引领的时尚生活方式在这里体现得淋漓尽致。拿其公司的香薰来说，从体验方式分为人体香薰和气味香薰。人体香薰直接接触皮肤，可以用于按摩；气味香薰用于点燃后装点家居氛围。从用途来说，有使人微醺的玫瑰香薰、助眠的薰衣草、缓解焦虑的木樨香型等等。无不体现着如今消费者精致的理念和需求。

其实这家文艺气息十足的家居生活馆是由旷世工艺投资创办的，旷世工艺原是海曙区的一家工艺蜡烛生产企业，是世界前三的蜡烛制造商，以出口为主。因为关注到了时尚生活的消费升级，因此大胆投入，开启新版块。目前计划在全国开设32家线下生活体验馆，引领文艺时尚生活。

时尚是追逐个性和热点的步伐

除了更为精细的品类和设计，追逐个性和热点是时尚永恒不变的密码。而这个密码在时尚节上随处可见。

同样是女装，同样是面向35~45岁职业女性的轻熟淑装，女装品牌Landscape带来的是更为张扬的北美风格和设计。Landscape来源于加拿大，由宁波企业带回国内加工运营，在面料上大胆地使用灯芯绒等材质做西服，并在领口、袖口上采用大量的强对比色拼接，视觉冲击感强烈。对于许多较为保守的消费者来说，也许会有种“好看但不敢穿，有点HOLD不住”的感觉。但也许这就是潮流和前卫所带来的时尚冲击。

追逐个性的还有镇海的“IT’S UP”尚印象品牌，这家原本做OME的代工企业已经在自有品牌构建和内贸销售领域耕耘了近5年，属于宁波最早一批转型立足国内市场的服装制造企业。如今，尚印象的品牌定位和产品风格越来越清晰和明确，针对的是刚刚毕业的年轻上班族，其男装在彰显个性潮流的同时，又能够很好地兼顾通勤上班的场合和需求，在二、三、四线城市颇受年轻人的喜爱。总经理蔡国民坦言：“今年以来，消费市场的增长势头开始减缓，年轻人的收入受房贷的影响较大，购买力较往年有所下降，因此他也在线上重新构建渠道。”

除了时尚设计，追逐热点也是时尚的代名词。新秀丽箱包旗下的美旅品牌（American Tourister）推出了一系列联名款的拉杆箱，包括中国台湾省著名漫画家几米的插画款、王者荣耀的联名款等等，引起了现场观众的强势围观。

时尚是民族和复古的独特融合

有句老话说得好：“民族的才是世界的。”而从本届时尚节看，“民族的才是最时尚的。”在博洋的展台上，有登上新中国成立70周年大庆花车游行的旗袍华服。负责人介绍，每一款服饰无论是服制、款式、色彩、结构、工艺、纹样、花饰都十分讲究，充分体现了中国旗袍的美学精髓，彰显民族自豪感。许多企业家和明星在出席重要场合时都会选择旗袍，作为最时尚的着装。

同样彰显民族时尚的还有吉林延边州的展台，大量的朝鲜族服饰，带来了少数民族不一样的时尚美感。

除了民族服饰，复古的设计也成为今年的时尚元素。男装方面，枪驳领西装再次流行，在宽檐男装定制的展位上，一大批枪驳领西装登场。负责人介绍，今年无论青年还是中老年都喜欢这种复古款式，配上复古的格子纹饰，透出一股绅士的英伦风。

同样复古的还是本次展会上惊艳亮相的土布工艺，在“布功夫”展位上，大量采用土布工艺制成的包包、外套等纷纷登场，吸引了不少观众的眼球。负责人袁立胜介绍，目前他们的土布包和酷乐潮玩合作，大量的年轻人非常喜欢，觉得这种土布包既方便又美观，同时材质上能彰显自己的个性。

时尚是科技引领的现代元素

新科技的出现更是引领时尚的一大要素。今年最令入瞩目的“黑科技”就是宁波苹果服饰的“能量聚环”科技。应用这种技术，可以调节人体生理微循环，减少运动的疲劳感，并增加机体的一些功能，比如平衡性等。目前这种技术已经应用到了苹果的外套、鞋类等产品上。

同时，苹果服饰还推出了能充电的衣服，利用太阳能可以为登山服里的电池包充电，如此一来登山外套就变成了隐形的充电宝，在野外探险时非常实用，有时说不定还能应急救命。此外，苹果还有通过石墨烯材料加热的外套，用于野外保暖。同样具有加热功能的还有申洲针织推出的火山岩面料。

时尚是自然环保的新兴理念

时尚不仅体现在外观功能上，理念也是很重要的因素之一，而追求环保健康的生活方式是当前最为推崇的。整个展会中大大小小的环保公益IP地球布丁，就是这种理念最好的代言人之一。

申洲带来了两款环保面料，一款是可降解涤纶。众所周知，涤纶是石化延伸品、聚合物，在土壤中降解的速度和塑料袋是一样的，需要100年以上，因此已经成为地球承载力的重大负担。申洲的可降解涤纶，穿着时不会有任何影响，但在土壤中只需要338天便可实现基本降解。

另一款面料是可再生涤纶，和可降解有异曲同工之妙。利用这种技术，能把塑料瓶、废旧纺丝、泡沫塑料等通过粉碎清洗，重新纺丝、烧卷、拉伸，再造成新的涤纶。

广源染织新近推出的植物染、草木染也成为环保时尚人士的心头爱之一。化学染料为代表的现代纺织品服装，给人类带来的不仅仅是物美价廉，也带来了相当严重的环境污染，染化产品与纺织印染生产排污问题是当今纺织产业环保最核心焦点，也是产业升级的一大瓶颈。

公司董事长傅红平自创了植物染色童装品牌“OGNIC原真”，实现了对传统染色技术的创新。目前，公司从400多种植物里筛选出17种植物天然染料，通过长期生产实践总结，确定了以上天然染料染色工艺。在公司天然植物染料已能做到提取和批量生产，并申请天然染料发明专利20多项，其中授权发明专利多项。

