

四巨头时尚节聚首 合力共筑时尚之都

记者 乐晓立

核心提示

一年一届的宁波时尚节暨国际服装节日前圆满落幕。在时尚大奖颁奖仪式上，4位宁波时尚巨头——雅戈尔集团董事长李如成、申洲国际董事长马建荣、博洋集团董事长戎巨川、太平鸟集团董事长张江平的同框出境，一度引发广泛关注。

在引领时尚的道路上，“四巨头”最近动作频频，搅动时尚风潮迈向东方美学、新国货时代，开启宁波迈向“时尚之都”的新步伐。

A

汇聚全球设计师，
打造东方时尚

“中国服装行业正以昂扬的面貌开启产业更新、能级提升、高质量发展，实现从制造强国向时尚强国再跨越的新征程。”10月21日，在2021宁波时尚节开幕式上，中国服装协会会长陈大鹏如是说。

在奔向时尚强国的路上，中国时尚品牌需要体现东方文化内涵和生活美学，并在融合当代生活方式和优秀文化中形成当代中华时尚。这是如今中国时尚纺织服装产业最重要课题。而这一切都离不开创新设计。

李如成表示，创立品牌需要有创意的设计师，设计师的成长需要企业帮助，企业的发展需要资本支持。雅戈尔兼具这三个能力和条件。

互联网发展又可以以上三者串联到一起。因此，雅戈尔在今年启动了“时尚创新100”项目——将汇聚全球新锐设计师和知名设计师，组建国际时尚设计创意平台。通过全球设计师的甄选计划，赋能全球优秀设计人才。首届活动以“衬衫”为设计标的，围绕“真实永续”这一主题展开。

自9月策划以来，“时尚创新100”项目已吸引了众多国内外设计师参与，包括意大利、法国、英国、日本、韩国等国设计师，其中有近30位设计师脱颖而出。未来将持续吸纳与沉淀100位设计师，助力宁波时尚服装产业发展。

今年初，雅戈尔出资28亿元设立雅戈尔时尚（上海）科技有限公司，进军时尚科技领域，又与挪威国宝级户外品牌Helly Hansen（海丽汉森，简称HH）达成合作。目前，HH已进驻北京SKP、东方商场开设专卖店。据悉，雅戈尔与美国某潮牌、欧洲某高定品牌的合作计划也均在有序推进。这些布局使雅戈尔的品牌矩阵进一步升级。

目前，雅戈尔已形成以YOUNGOR、Hart Schaffner Marx、MAYOR、HANP为代表的多元化品牌发展战略。



B

『All in』国潮，成为制胜法宝

时下国潮汹涌，国内服装业正值高景气周期，太平鸟等国货快时尚品牌迎来新的窗口机遇。

2021年上半年，太平鸟实现营业收入50.1亿元，同比增长55.9%；净利润为4.1亿元，同比增长240.5%；扣非净利润为2.9亿元，同比增长420.0%。多项数据均创上市以来“半年报最佳”。“All in”国潮，成为太平鸟的制胜法宝。

2020年，太平鸟提出，力争成为一家具有科技时尚感的企业。这印证了一个真理：没有变革就没有生意。

太平鸟首先对生产端进行改革，通过“追单”形式，对可能成为爆款的“潜力股”进行深度管理——一旦在销售数字上显现爆款趋势，太平鸟将会与供应商达成共识，开展柔性生产。数据显示，在“追单”情况下，某一款式1-2周内即可上架售卖，冬装需要3-4周。

在品牌端，太平鸟力求“一网打尽”——以太平鸟主品牌衍生出的“太平鸟男装”“太平鸟女装”“太平鸟童装”“太平鸟·巢”，堪称“太平鸟全家桶”。而定位细分领域的子品牌，大多聚焦潮流、时尚以及街头文化等。

渠道方面，除以淘宝为代表的传统电商平台外，太平鸟拥有抖音、小程序、得物、B站等社交零售新渠道。其中，重点布局的抖音2021年上半年零售额已达3.04亿元。

太平鸟还高举进军IP联名圈，2020年太平鸟全系推出联名款近20个，涉及鬼灭之刃、蜡笔小新、瑞克与莫蒂、大理寺日志等动漫领域，以及国家宝藏等文化综艺领域，并与红双喜、飞跃等同类品牌合作。今年9月，太平鸟签约奥运冠军杨倩作为品牌代言人，再次“收割”一大波流量。

未来，太平鸟将继续坚定地走在“聚焦时尚、数据驱动、全网零售”的战略大道上。



在2021宁波时尚节时尚大奖颁奖仪式上，4位宁波时尚巨头一同亮相。记者 王鹏 摄