

创意霓裳 舞动时尚

——写在第十八届宁波国际服装节闭幕之际

易鹤 徐燕 郁俏峰 邵丽琼/文

“宁波服装节，让我们找到了合作伙伴！”已有上百年历史的英国皇室亨利百利顶级洋服定制公司，日前正式与杉杉集团签约，今后双方将共同推广这一品牌。

昨天，为期四天的第十八届宁波国际服装节在宁波国际会展中心落下帷幕。“幸运的‘亨利’”远不止一个。据不完全统计，本届服装节共吸引了全球30多个国家和地区，全国20多个省（市）、自治区1万多名境内外专业客商和100余个重要贸易团组到会洽谈、采购，经贸成果丰硕。

本届服装节围绕“创意宁波、霓裳东方”主题，通过展台、T台、讲台三个载体，有力地提升了服装节的活力、实力和魅力。

本届服装节共组织举办展览洽谈、时尚展演、服装论坛三大板块、42项专业活动，涉及纺织服装的生产、设计、研发、销售、人才、渠道建设等全产业链要素。

争奇斗艳的品牌服装、大放异彩的设计力量、新潮炫酷的模特走秀、高度智能的服装设备，短短4天，服装节给八方宾客留下深刻印象。

“通过服装节，我们了解了宁波的服装产业。宁波人的穿着很时尚，今后，我们跟宁波，乃至中国会有更大的合作空间。”离别之际，不少境内外专业客商表示。



展馆布置匠心独运



学生装展区首次亮相服装节



热点展馆人气旺（胡建华 摄）



“机器换人”提升工艺（胡建华 摄）



展商客商收获颇丰

夯实产业力求实效 花样年华再续辉煌

服博会历来是服装节的“耀眼明珠”。今年的服博会共设展位2000个，分设男装展区、女装展区、童装、户外运动休闲装和国际品牌服装展区，时尚展演区、服装面料辅料暨智能设备展区，生产企业直销展区等。吸引了来自美国、日本、英国、韩国等国家和16个省（市）、区及中国香港、中国台湾等地的241家企业、265个品牌参展。

与往年相比，已经18岁的服博会在实现全产业链的进军路上再次迈出坚实一步。

在男装、女装、童装产业链基础上向学生装、户外休闲装延伸，从服装品牌、加工、设计向面料辅料与智能化设备的全产业链、一站式采购洽谈贸易平台延伸，带动宁波的纺织服装产业结构不断优化。

吸引客商眼球的，除雅戈尔、罗蒙、太平鸟、杉杉、唐狮等“资深”参展品牌，还有今年首次登陆服博会的意大利男装、配饰、配饰、婚纱四大品牌，美国苹果等国际品牌，更有“有瘾”、“芥末”等设计师品牌。

今年的参展品牌企业在布展上也匠心独运，巧妙的布展创意让服装节显得朝气蓬勃，罗蒙打造一个集聚时尚与设计感的展馆，搭配四位气质优雅、西装革履的英伦男模，品牌定位呼之欲出；唐狮展位看似一个木栅栏组成的巨型箱子，却别出心裁地在内部设置了绚丽的色彩视觉。设计师告诉笔者：“我们要为顾客创造一种激动人心、出乎意料的体验，店内的每一个细节都在诠释唐狮新形象，能在一个空间和一种气氛中展示我们的改变，同时又在整体上保持清楚一致的辨识度。”

时尚盛宴华丽转身 微笑曲线两端攀升

随着经济全球化进程加快，人们生活方式和消费形态的变革，各种极具创造力与感召力的新型零售业态不断萌生，品牌建设也进入了一个新阶段。而服装产业选择“跨界”，最大程度集合产业相关因素，相互渗透融合，或可最大程度推动时尚产业发展。

市经信委副主任周学明在2014中国服装论坛上说：“提升品质，拓展渠道，增强企业盈利能力，加速服装产业向时尚产业转型，已成为当前我市传统服装企业转型升级的根本出路。”

为通过提升研发、设计水平推动品质和品牌升级，本届服装节首次提出“宁波国际时装周”概念，集聚19场国内外服装品牌及新锐设计师作品发布秀；通过2015/2016秋冬中国纺织面料流行趋势发布，集中展示千余款

产品，为服装企业提供流行趋势风向标；10组中外新锐设计师作品在服博会现场进行静态展示；全球纺织服装供应链对接大会搭建信息交流、合作平台，促进全球服装业设计、企划、研发、创意等中高级人才与宁波企业对接交流；中英纺织院校大学生按照“INTREX”服装品牌市场定位和品牌风格进行男装原创设计作品发布，开拓品牌原创设计新视角；“凤凰庄”杯服装设计大赛颁奖仪式为服装企业提供优秀设计人才和时尚信息。

宁波市学生装展区是三号馆最大的看点。首次亮相服装节的学生装展区占地330平方米，近20家学生装及床上用品企业携300多个新款集中亮相展会。展会现场，不少业内人士表示，摆脱传统校服束缚

的关键，是鼓励企业设计推出新颖时尚的学生装品种，同时改变广大学校老师以及学生家长的传统观念。本届服博会特地推出学生装展区，用意即在此。

笔者还了解到，本届服装节上，越来越多的服装设计元素背后有了大数据的支撑，部分企业已开始将服饰销售数据进行整合，并对色调、款式的变化进行分析，通过大数据提前判断出其发展趋势并制定生产营销计划。

宁波大学艺术学院服装系主任刘云华告诉笔者，在信息化时代，传统服装企业通过大数据整合资源是一种必要的手段，大的服装企业要用高科技的手段做好自己内部信息化的管理；中小型服装企业要把握住自己核心的优势，找准特质，巧妙定位。

新常态下以变求存 机器换人进程加速

“服装与科技的融合越来越紧密，每一项技术都可能对服装生产带来全方位变革，为服装产业转型升级注入强大动力。”中国服装协会副会长陈国强说。科技的进步，并逐步与服装产业结合将极大地推动服装产业的发展。

在本届服装节上，马威服饰展示了一款全新研制的“咖啡碳面料”，用咖啡作为原料，经过一系列专业化的工艺流程，从中提取出咖啡碳纤维，通过工艺上的加工制作，把它运用于服装面料中，即为咖啡碳面料。这种面料不仅轻薄，而且能够吸温发热。

闪亮登场的服装定制车是宁波索科纺织股份有限公司最新研发的服装“神器”。服装定制车将三维人体扫描设备运用到对人体

服装数据进行精确测量，并安装到汽车上，使得大批量私人定制职业装成为可能。

据介绍，把服装定制车开到单位，量体者只要穿着随身便装在车厢中间站上5秒钟，就可以得到一张准确显示身高、三围等50多项服装数据的三维立体图，一小时内可完成几百人的量体，大大提高工作效率。参展期间，已有宁波服装企业提出了采购意向。

一款不用一针一线缝合的时装，在服装节新锐设计师时尚发布秀中一亮相就吸引了大家关注的目光，设计师黄海海透露，这款衣服运用的是无缝超声波技术，“设想了很多年，但因重重困难，直到今年才实现了突破。”黄海海表示，推动服装制造业的变革是这项工艺最大的贡献，“以后衣服不用缝

了，制造企业可以摆脱一人一台缝纫机的劳动密集型生产，一个工作人员操作4台机器，生产力将大幅提高。”

参加今年展会的服装机械企业数量是去年的一倍，从中不难看出，服装企业面临着来自市场激烈竞争和成本支出上升的双重压力正在加大。

逆境突围，“机器换人”是不二选择：一方面，通过先进设备和工艺的引进，可以提升生产效率，提高产品质量；另一方面，通过智能化、自动化生产，可以淘汰冗余劳动力，节省成本支出。

“变”是一种态度，更是一种策略，在崎岖的转型之路上，唯有求变求创新，才能完成传统产业的完美“蝶变”，除此再无捷径。”优他国际品牌投资管理集团总裁杨大钧说。

经贸洽谈搭桥牵线 展商客商收获颇丰

2014全国服装经销商大会暨对接会、2014国际买家集中跨国采购订货会、2014中国服装电商对接会……服装节期间，一场场服装经贸洽谈活动让参会企业目不暇接。

为拓宽内销渠道，今年的对接会邀请的客商从往年单纯的百货商店扩大至商业中心、经销商等，银泰集团、上海新世界百货集团、太平洋百货集团、中原百货集团、杭州解百集团等126家服装经销商及服装代理商负责人到会对接采购。苹果、爱法贝、伊思君凯、芥末、欧博等8家品牌负责人与会推介洽谈。不少外省市经销商对宁波的品牌服装兴趣浓厚，直言对接会时间太短，推荐

的品牌太少，会后还会再做功课。

三场跨国采购大会成效显著，来自美国、阿根廷、加拿大、澳大利亚、英国等20多个国家和地区的191家纺织服装类优质采购企业到会采购。诺布尔服饰、华艺服饰、盛文针织、新大昌、狮丹努、欧博、康楠洛克牛仔、金辉服饰、麟和纺织、领先商标、方翔织带、博奥服饰、忠聆服饰等企业受到外商热捧。其中孟加拉国外商向盛文针织下单三个集装箱的面料；伊朗外商向诺布尔采购金额达8万美元的服装；美国外商向华艺服饰采购100万元的服装；法国外商与领先商标达成初步合作协议；埃及外商与罗蒙深入洽谈，受邀去工厂参观。

外贸红火，内销也分外热闹。辛巴哟哟童装有60多个意向客户加盟，方翔织带接到80多个订单。苹果意向加盟商40多个，太平洋服饰接到19个加盟意向，伊思君凯共收到加盟意向的有20多家，爱法贝的意向客户将近50个，调皮孩子童装接到加盟意向30多个，麦中林有30个经销商现场表达合作意向，壹度自动化科技的CAD/CAM服装样板机达成30万元意向成交额……众多服企负责人对今年市场化效果表示充分肯定，并明确在明年的服装节上要追加投资、扩大规模，以更好的形象和更充分的准备参展。

据悉，第十九届宁波国际服装节将于2015年10月22日至25日举行。

时尚走书第三话

当我们屈指给一件事物计算年龄时，必定为某些情感所左右。

我这“准90后”细细想来，生命中和服装节有关的片段竟也不胜枚举——

1997年，胡兵在T台的亮相，让我和小伙伴们认识了初代“男神”；1998年，宁波服装博物馆在月湖开馆，“红帮裁缝”在我脑海中有清晰的概念；2006年，我在央视“同一首歌”现场举着DV，看谢霆锋从雨中的升降台款款而出。

怀旧的不止我一个。

刷新微信朋友圈，一篇记叙2008年“李如成和郑永刚同台斗法”的文章，让许多宁波人陷入了对历届服装节的集体追忆。这对“德比”般的存在，如今仍在多元化经营的道路上互相较劲。而宁波的服装业，也在转型和洗牌中逐渐告别了“雅”、“杉”时代。

18岁，宁波国际服装节迎来了一场成人礼。

寥寥数日，我们看到一种“放手”，市场化运作风生水起；我们看到一次理念的转化，“时装周”概念首度登场；我们看到一群人的崛起，本土设计师作品惊艳秀场；我们看到细腻的魅力，“小而美”渐成燎原之势；我们看到更多的跨界和融合，学院力量厚积薄发。

未来，我们期待和更多人相遇。

他们也许是时尚界的顶尖人物，也许是主导流行趋势的买手，也许是培植本土设计力量的“天使”，也许是行业经验丰富的物流和软件商。任何一场冥冥中的相遇，都将擦出火花，照亮我前行的路。18岁，给你一场成人之礼。

十八岁给你一场成人礼

余晓辰

线上线下一共舞

“消费者距离你多远，你知道吗？”伴随着互联网技术的快速发展，零售消费带来的最大变革就是消费者成为了真正的市场主角，如何根据顾客需求去创新消费成为所有企业面临的现实课题。对此，参加本届服装节的国内知名的各大平台商、代运营商、数字化营销与电商零售解决商进行了一场头脑风暴。

“如果想减少库存，不妨让大数据来作分析。比如说可以把设计师设计好的几款新品发布到微信上，让微信粉丝来投票，这些粉丝都是消费者，可以把他们的投票结果作为未来批量生产时的一个考核指标……”1号店招商副总经理符俊杰支招。梦芭莎的张杰则表示，“最核心的定价也可以拿出来让消费者说了算，其实通过消费者的定价，一方面能够了解目前的市场，另一方面也能够了解品牌在消费者心中的定位。”还有参会者表示，移动互联网时代，线上线下的切换变得非常快捷，拿起手机就到了线上，放下手机就到了线下。“这意味着对新一代消费者而言，你一定要让他（她）看到你，看到后还要记在心里。”（易鹤 徐燕）