

宁波国际服装节特别报道

从高峰论坛看行业“蝶变” 宁波男装转型，路在何方？

□本报记者 单玉紫枫 通讯员 徐燕 易芳

经济疲软、需求放缓、电商冲击……虽说早有心理准备，但今年以来的服装业关店潮还是令人“心惊肉跳”。市场的疯狂洗礼下，旧有的扩张模式显然已不适应发展方向，新的行业增长点还需要探索或未完全释放。服装业正面临着前所未有的深度变革，中国男装产业同样也进入深度调整期。

方向：从技术密集到时尚创意

新常态下，市场增速放缓，时代的变革特别是消费变革对中国服装产

业提出了新的挑战。怎样通过技术进步来改变传统企业生产、组织模式和价值创造方式？中国服装协会常务副会长陈大鹏认为，关键是企业如何重构和消费者、市场的连接关系。“我们相信，越是市场化的产业，面对困难和挑战，转型升级的步伐会越来越快。”他坦言，相比国际企业，包括宁波在内的中国服装企业在文化创意、营销创意等方面还有差距，未来需要在思维创造力、设计创新等方面加强并赶超，这也是行业下一步转型升级中非常重要的问题。

“无论时代如何变迁，对服装的需求永不过时，服装产业是永远的朝阳产业，是宁波的传统优势产业、支柱产业，也是领先全国的产业。”市政府相关负责人说，去年宁波市规模以上服装企业完成工业总产值近1200亿元，出口交货值超过400亿元。宁波已经形成完整的服装产业链，具备坚实的产业基础和产业集群优势，正在向时尚产业快速转型。

趋势：“互联网+”重在融合

中国服装协会男装专业委员会秘书长赵雅彬分析了男装产业发展趋势，中国作为全球最大的男装消费国，截至去年，男装市场规模在9000亿元左右。去年男装销售占整体服装销售市场的比重已接近47%，预计未来几年将达到50%。

在赵雅彬看来，随着“互联网+”风行以及O2O概念的持续推进，男装企业转型升级的动作更多在“互联网+”、跨界并购和O2O模式上着力。互联网、大数据可以降低服装企业对于消费者信息的不对称，增强服装企业与消费者的交流和沟通；另外，互联网技术在企业生产、管理、销售中的应用会形成一个服务与消费者的快速反应系统，这两方面共同构成了互联网时代消费者驱动的商业模式。“互联网不会改变男装产业的本质，怎样为消费者提供最优的男装产品和服务，才是我国男装产业的方向和未来！”

动力：构建柔性供应链

英国 HOLLAND&SHERY 荷兰榭瑞集团区域销售总监马克·格雷汉姆带来了“国际服装定制潮流”，马克·格雷汉姆认为，在全球范围内，消费者需要的是与众不同的东西。“不同，方能铸就非凡。”这种“现货”的定制化思维，也正是柔性供应链的价值所在。

作为互联网工业的缔造者、设计者和推动者，青岛红领集团将3D打印逻辑思维创造性运用到工厂的生产实践中，使企业成为数字化大工业3D打印机，解决了定制化与工业化的矛盾。公司副总裁李金柱指出，红领酷特智能的核心价值即数据驱动的智能工厂、工业化的手段和效率制造个性化产品、工商一体化的商业生态，他强调红领酷特已经建立了从客户交互——数据采集——智能研发——柔性制造——客户服务的个性化产品定制全生命周期彻底解决方案，从而为宁波乃至中国服装企业转型升级提供了有效解读。

中国时尚同盟新锐设计师走进宁波 “在设计与市场之间找到平衡”

本报讯（记者余晓晨 通讯员张婷婷 田爽）昨天，16位知名新锐设计师专场发布在和丰创意广场珍珠贝举行，这是中国时尚同盟第五次组织旗下设计师走进宁波服装节。这些活跃在国内一线的青年设计师中，既有宁波的“老朋友”黄海兵、郑彤、张玮等，也有首次亮相服装节的嘉穆仰热西、魏婷婷等。

“我参加宁波服装节已经是第4个年头了，每次都有惊喜，有企业合作，有集成店代理，也学到了很多。”素缝创始人黄海兵今年带来了兼具“防霉”功能的黑白灰系列作品。他告诉记者，目前，他正在和两个宁波本土的成熟品牌进行设计合作，还有一家代理素缝品牌的集成店有望进驻天一广场。

今年第一次来宁波参加发布的台湾新锐设计师杨孟翰，带来了主题为Knight的骑士系列共13个样式的作品。“从2013年创立品牌到现在，我们在日本有96家门店，在台湾也有16家，今年希望通过宁波服装节的平台打开大陆的市场。”杨孟翰表示，他明年还将把大陆设计师的作品引进台湾，并期待同宁波企业的深度合作。

借助宁波服装节的平台，设计师可以近距离和当地的产业资源进行合

作，为此，参与发布的设计师们也进行了精心的准备。多次来甬举办发布会的设计师张玮说，“宁波服装节给我们提供了一个很好的平台，更近距离的了解市场，这种距离上的变化让我们在设计与市场之间找到了更好的平衡”。

如今，通过新锐设计的持续发布，宁波和丰创意广场已经成为宁波服装产业的地标性建筑。通过引进设计服务项目，这个集聚了1200余名工业设计人才的高地，为宁波服装时尚产业的发展提供了有力的智力支撑。

“作为中国红帮服装的发源地，宁波在时尚产业领域应该有更广阔的前景和更美好的未来。”设计师郑彤说，在这几年的发布中，他真切地感受到了宁波的热情。同时，通过服装节的平台，自有品牌的知名度也有进一步提升，设计的作品也更贴近消费群的需求。

除了动态发布，国际会展中心现场还设置了设计师作品展示区，以静态展示的方式介绍16位设计师及作品，向宁波服装企业推介优秀设计人才。据悉，经过5年的发展，“新锐设计师走进宁波”已成为我市服装节中一个响亮的品牌。

3D提花或为下季度流行面料

本报讯（记者殷聪）昨天上午，2016/2017秋冬中国纺织面料流行趋势发布静态展示在宁波国际会展中心揭开面纱。

中国纺织面料流行趋势发布已伴随宁波服装节10余年。本次静态展以国际流行资讯发布和面料流行趋势为主，结合生活方式、市场消费、流行色彩、典型面料以及未来可能流行的服装款式进行主题展示。“这次展示的布料是我们从国内外800多家优秀纺织面料企业提供的5000多款面料中精心挑选的，现场约有2000款面料进行了展示。”中国纺织信息中

心时尚推广部项目经理谢然告诉记者，本次展示的面料包括中国流行面料评审大赛获奖产品、功能性体系吊牌认证产品及可持续发展认证体系产品等。

据谢然介绍，天生就有立体3D效果的提花面料从上季度开始流行，目前仍是热门面料。它就像一幅画作，让任何图案都瞬间充满着存在感，同时也会让市民觉得很有年代感，3D提花或许仍将是下季度的流行面料之一。“除了3D提花外，在太空棉上加入印花、绣花的面料也是下季度的流行趋势之一。”

三江口改造提升今起征求市民意见



本报讯（记者王岚 通讯员吴培均 刘孝武）“Y”型三江将开通夜游航线，三江口核心区将打造“一小时步行圈”、滨江慢行线“升级”空间品质——作为宁波最重要、最具代表性滨

水空间，三江口核心区功能品质提升是宁波城市品质提升的重中之重。昨天，市住建委传来消息，三江六岸的核心——三江口公园将改造提升，目前已完成方案综合设计，23日在天一广场进行为期一周的现场公示，向市民广泛征求意见建议。

改革开放以来，我市多次对三江口进行改造提升。如今，三江口已成为宁波商贸、文化、旅游等产业的集聚发展区、城市的象征，三江口公园也需要被赋予新的功能，综合兼顾历史

文化、景观特色、旅游休闲等因素，通过拓展功能、提升品质、体现特色，展示与现代化国际港口城市发展目标相符的形象。

据悉，三江口公园设计范围包括海曙区时代广场和江厦公园、江北区外滩公园和老外滩、江东区杉杉公园和庆安公园，设计范围总面积约28.9公顷，约三个中山广场、一个月湖公园的面积。今年年初起，相关单位即开展了三江口公园国际方案征集，并分三阶段进行了论证比选。

三江口公园改造提升主要内容包括三方面。一是打通断点，贯通“可走、可跑、可骑”三线，形成沿江连续的休闲、健身步道和自行车休闲道；通过设置必要的人行景观廊道，构建“一小时步行圈”，吸引市民和游客到滨江公园；二是通过设置具有地域文化特色的古城墙等设施，传承宁波的水、港、商等历史文化；三是通过设置下沉广场，打开滨江空间视线、拓展滨江立体空间，让市民和游客更好亲近三江、乐享三江。

塑料产业劲吹“绿色风”

□本报记者 陈朝霞 余姚记者站 谢敏军

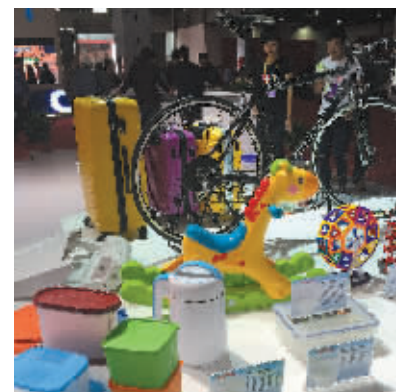
不含增塑剂的无纺布雨衣、碳纤维材料自行车、含有紫外线吸收剂的汽车油箱……正在余姚举行的第十七届中国塑料博览会上，参展企业劲吹“绿色风”，节能环保、FDA认证、可降解可回收、高性能、黑科技等“绿色元素”精彩纷呈。

在中石化展区，琳琅满目地展示着自行车、行李箱、保鲜盒等产品，他们看上去与普通产品无异，却有“乾坤”。工作人员介绍，自行车运用碳纤维材料制造，只有6个苹果手机的重量；无纺布雨衣是国内首次使用不含增塑剂的催化剂生产的新材料制成，可回收和再生利用，填补了国内无纺布产品空白。

除了新材料的运用，产品的低碳低排放也为各企业所追捧。记者看到中石化燕山分公司生产的一款网格状新材料“土工格栅”、镇海炼化生产的白色长方体泡沫塑料板等，韧性和强度高，耐老化、耐腐蚀、耐摩擦。据介绍，这些新产品可取代传统建筑中使用的木材、沙子和石材，对生态

环境的保护显而易见。而中石化齐鲁分公司生产的一款汽车油箱则运用金属滚塑专用树脂，同时添加了紫外线吸收剂，从12米空中跌落不会开裂，并可以在室外安全使用。

对塑博会劲吹“绿色风”的盛况，参观展会的中国石油和化学工业联合会会长李寿生评价，塑料产业的发展，应该是致力于实现经济发展和环境保护之间平衡的可持续发展，倡导“绿色”理念，正符合本届展会“产业创新与绿色发展”的主题，也是塑料产业发展的方向。



图为博览会现场。（陈朝霞 摄）

奉化首座中型排涝泵闸主体完工 有效缓解江口、滕头等片区防洪排涝压力

本报讯（记者徐欣 奉化记者站黄成峰 通讯员汪亚丽）近日，奉化市江口街道大浦湾应急排涝网站的2个水闸、4个泵室等主体工程完工，工程进度占总工程量的三分之二，预计整个工程于明年2月全部完工。

据了解，大浦湾应急排涝泵闸是奉化市首座中型排涝泵闸，位于大浦湾老闸西侧约20米。江口、滕头、经济开发区等片由于东西两侧堤防的建设，剡江、县江洪水归槽，闸门排水严重受阻，区域排涝形势严峻。大浦湾闸的建成，将有效缓解这些片区汛期或台风期间的防洪排涝压力。

昨天，记者在宁波书城一侧的甬江畔看到，近20方以甬商诚信文化为主题的篆刻石雕作品分布于绿化带之中，形成一道文化长廊景观，使人们在休闲游览中，潜移默化地感受正能量。

（丁安 摄）

篆刻石雕 传播甬商诚信文化



诚信为本 “楼茂记”-乾隆七年(1742年)，“楼恒盛茂记酱园”在灵桥东堍(现百丈路一带)隆重开张，至今已有一百六十多年历史。“楼茂记”历来以诚信为本，贫贱周视，老少无欺，所楼茂记酱园靠诚信取得制作香干粽粉的故事。

江北山水网上游

“电商创业红人榜”活动落幕，以电商为平台制作的旅游推介策划方案决出前三甲

本报讯（记者黄合 江北记者站吴红波 通讯员倪佳文）保国寺、慈城古镇、北山游步道、姚江北岸……这些身边耳熟能详的好风光，能不能通过“互联网+”的模式进行分享推介？昨日，由江北区党员服务中心举办的“电商创业红人榜”活动落幕，十强选手带来了自己以电商为平台制作的“江北山水网上游”旅游推介策划方案，在现场来了次“华山论剑”。

今年7月，江北区围绕“互联网+”推出“电商创业红人榜”活动，以普及电商知识为基础，以旅游推介为载体，通过“电商创客抢镜赛”知识竞答和“电商创客争霸赛”旅游推介两大活动，激发区域市民创新创业的热情。“这回仔细走了，才知道身边有这

么多高质量的景点。”十强选手金琳今年32岁，为了做好旅游点的推介方案，她特意前往保国寺和孔庙进行实地勘探。哪些细节不能错过，哪些地方适合休闲，哪些可以增加亲子元素……她以图文并茂的形式，把这些晒在“驴妈妈”上，迅速“收割”了网友的好评。

另一名十强选手顾超群，在文本设计中更注重突出保国寺的“清静”特点，还加强了与附近步道的协同推荐，10多张的美图配合攻略一经“马蜂窝”发出，便得到了较高的关注度。最终，经过专家评审和大众评选活动，这些以电商为平台制作的旅游推介策划方案决出了前三甲。这些作品均将进入江北电商旅游推介方案库，进一步利用电商平台推广展示江北的旅游资源。