

抢抓“中国制造2025”机遇

宁波纺织服装“筑梦”科技与品牌

“智造”新商机

昨天晚上，随着ESBACK 2016春夏新品发布会的顺利举行，第19届宁波国际服装节画上了圆满句号。

走入19个年头的宁波国际服装节在时尚文化领域卓有成效地促进了中外合作交流，推动了产业升级，扶植了自主品牌，拉动了服装教育，繁荣了内需市场，丰富了市民物质文化生活。作为宁波的一张城市名片，国际服装节见证了宁波城市时尚产业的发展变迁，并为时尚之都的建设起到了巨大的推动作用。

今年的服装节释放出哪些信号？给宁波纺织服装产业发展带来哪些启示？在服装节闭幕之际，记者进行了梳理。

智能制造是我国制造业发展的新选择。作为我国传统制造业的重要组成部分，服装行业在面临内外需不足背景下，正在积极探索实现研发设计、生产工艺、终端产品和服务的智能化。

本届服装节，参展企业纷纷打出技术升级组合拳，“智造”新商机。

在服装节展馆中央，由圣瑞思设计研制的智能服装挂吊系统正在默默工作，机器上的衣服在设备上自动循环运转。

“以前，工人在流水线上完成一包衣料的工作之后要再跑到仓库拿一包过来。这套设备从布片开始，每做一道工序都会通过设备送到下一个工位，直到最后成品出来。”圣瑞思营销副总监胡威介绍，这套智能新设备能直接将工作物料投放到工位，提高30%左右的生产效率。

面对“私订”新浪潮。宁波慈星股份有限公司执行董事长李立军说，“工业4.0”是一个生产链。“我们从最前端的电商平台获取客户数据和流量，然后下单、尺寸自动化采集、虚拟试穿，客户可以在移动端或者手机端进行个性化的定制，再试穿，然后把数据发到后台。”李立军说，最终把它发送给全球定制网络，实行本土化的生产，客户7天内就可以拿到价格公道、质量上乘的私订服饰。

展示大厅“智”浪汹涌，论坛上“智”慧激荡。服装节第二天，一场“中国服装智能制造高峰论坛暨对接会”引来众多目光。“我就是冲着这个‘智’字才来的。”宁波一家服饰企业的董事长告诉记者，原本企业遭遇经营“寒流”，是智能化改造救企业于危难。

“通过引进智能化的设备，我们不仅控制了成本，还能提供更优质的产品，订单就这样回来了。”“智造”之路虽然优势明显，但走起来并非坦途。采访中，不少企业透露，智能化改造投资大、风险高，弄不好会把企业拖垮，这让他们犹豫不决。

“智能化改造就像是烫手的栗子，让人又爱又怕。”参加服装节的伊士曼缝制机械(宁波)有限公司区域销售主管华明辉说。

“无论企业爱或者不爱，产业发展的天平早已开始向智造倾斜。”宁波经纬数控设备有限公司张经理介绍，智能化改造不仅能减员增效，提升品质，更成了企业实力的象征。“一些采购商甚至把企业的智能化水平视作为合作的重要基础。”

最近两年，在政府的大力引导下，宁波纺织服装产业技术构成和劳动结构正在优化，机器换人、人控机器越来越多。宁波市经信委主任陈炳荣介绍，“通过加快‘互联网+’，实现产品智能化升级，纺织服装行业生产效率、销售渠道、服务水平、盈利能力均有所提高，创造出新的市场，焕发出新的生机。”

但从整个行业来看，智造水平仍然不高，智能应用不够广泛，创新投入不足，核心技术缺失和层次不高等问题依旧突出。“如何抢抓中国制造2025、互联网+等国家重大战略机遇，成为整个行业急需解决的问题。”

如何推进智能制造水平，服装节上，行业大佬纷纷支招。“这是一台智能自动毛巾机，通过正向及反向包缝机组合，生产效率可提高6倍，这台机器就在服装节展出。中国缝制机械协会理事长何焯说，企业智能化提升不可能一蹴而就，要根据企业实际，瞄准智能化目标，步步为营。

德国杜克普爱华股份有限公司总经理Dietrich E-ickhoff指出，“工业4.0”并非有钱就可以买到，而是要运用到整个生产制造过程中，其实每一个公司、每一个企业都要思考如何应用现代的技术，特别是如何将互联网的技术应用到自己的生产中。作为纺织服装生产厂家，要从价值链的分析开始，进一步将其融入服装生产过程。

中国纺织工业联合会副会长孙瑞哲在接受记者采访时表示，近年来，连续化、自动化装备应用日益广泛，生产过程在线监测技术取得突破，表明纺织行业在智能化提升方面已迈开步伐，但要实现全流程

连续化运行、数字化控制、实时监测和自适应控制、完成人工替代，仍需大力加强关键装备及管理系统的研发突破，仍需从智能化生产线到数字化工厂稳扎稳打、分步推进。

孕育新品牌

“要长久发展，品牌化是必经之路。”这已成为越来越多宁波服装企业的共识。

“我们的定位就是让职场男性更时尚。”首次登上服装节舞台的尚印象服饰是宁波新兴的自主品牌。公司总裁蔡国民介绍，从2009年起，尚印象已经在银泰等各大商场开设专柜30余家，年销售额保持在2000万元左右。

服博会上，由申洲集团倾力打造的马威与雅戈尔、罗蒙等知名服饰品牌在1号馆同台展出，衣服一上架就吸引了不少参展商和专业观众的眼球。

作为国内最大的服装 OEM 企业，申洲集团在面料开发、服装制造上有着先天优势，而在此基础上，马威还加强了研发、设计以及时尚元素的投入，面世短短4年，已经在宁波、杭州、苏州等地拥有多家直营店，销售额三四亿元。

今年，马威带来的新一代咖啡碳面料增加了远红外线纳米矿物，加速人体血液循环，刺激细胞活性，促进人体新陈代谢，就像人体第二层肌肤。而极度凉感的内衣则精选台湾花莲丰田玉石，将玉石打磨成粉体，并添加具有负离子释放功能的纳米级电气石粉末，制成极度凉感的服饰。

“品牌是纺织产业链所具有的社会价值的综合体现，品牌已成为一种非常活跃的社会财富和纺织产业的重要资源。”韩都衣舍副总经理贾鹏说。

企业通过品牌形象的建立，塑造具有独特的企业价值观、文化内涵、个性和品质，形成差异化的竞争优势，使竞争对手难以模仿和超越。在消费者需求越来越多元化和强调个性的市场环境下，这点尤为重要。

“作为企业核心竞争力的一部分，品牌对企业的作用主要体现在对企业的产品或服务的提升能力、强化和加速企业的市场推广能力、作为企业无形资产的积累作用等方面。”马威服饰公司经理沃慧娜说。

业内人士指出，注册了的品牌对企业还具有保护作用。可见强大的品牌形象对企业的重要性，但前提是要成功地塑造一个品牌。

而一个成功的品牌离不开科学人才、科学技术、科技成果的支撑。科技创新正在为推动自主创新成果快速向现实生产力转化，推动创新品牌走向世界，推动建设创新型国家发展步伐，架起科企合作的桥梁，发挥出科技创新驱动品牌发展的优势。

手记

趁时光正好 坚韧起来

采访时，不少参展商向记者反映，跟江苏、福建，甚至省内温州企业相比，宁波的一些服装企业在面对产业寒冬时，害怕在突围中有闪失，创新意识和开拓劲头均有下降趋势。

其实，创业创新如同人生，是一个不断犯错，并慢慢变得“更会”犯错的过程。其间偶有畏缩，有犹疑，有迷惑，有放弃都很正常，正因为此，当我们抵达对岸摘取创业成功果实时，才会如此心怀感激。

不少商业精英，在创业过程中也曾如常人般彷徨失意和委屈不安，甚至有人栽过非常大的跟头。但他们或坚持下去，或另辟蹊径，终于在破碎中拼出了未来。

正如美国作家杰西卡·贝考所言，这次搞砸了，并不意味着你没有了下次。不曾走过，怎会懂得。

趁时光正好，趁锐气犹在，坚韧起来，我们终究还是要走在每次走错之后，领悟错路教会我们的至理，然后勇敢前行，直到对岸。



盘点

第19届宁波国际服装节交出漂亮成绩单

在疾如旋踵的消费变化和科技进步的时代，本届服装节以科技、资本、产业、市场的深入对接为主要目标，联动产业链上下游，为行业转型升级助力加码。

科技引领产业转型
智造浪潮全面来袭

透过本届服装节不难发现，服装行业的“智造”升级浪潮正席卷而来。

今年，雅戈尔只带了“一件白衬衫”来展示，它是雅戈尔“个性化定制”道路的开始。从1元微订起步，雅戈尔的个性化定制将逐步升级。新锐设计师黄海兵和他的团队，此次带来了无缝技术。无需用针线就能缝合服装，采用激光进行切割，用高温定型。这项工艺将推动服装制造业变革，“以后衣服不用‘缝’了，今后一个工人可操作4台机器，生产效率将大大提高。”

此外，在智能设备展区和“互联网+”展区还集结了多家深耕智能领域的实力企业。慈星自主研发的毛衫自动对目缝合系统；索科科技的智能试衣技术与大数据分析；天下商邦的B2B2C模式平台，以互联网科技，实现品牌商与终端店铺的直接对接；铁大网的铁路全供应链实时可视化信息系统，解决物流运输过程中的盲点，加强物流运输的可控性和安全性。一批用于服装智能制造设备和整体解决方案及服务型智能系统的出现，在助力服装制造环节“智能化”升级的同时，将驱动服装企业在设计研发、供应链管理、零售分销乃至商业模式的“智能化”重塑。

中西欧风情大交汇
同台竞技合作共赢

本届服装节吸引了来自英国、塞

尔维亚、韩国、乌兹别克斯坦等7个国家的海外品牌组团参展，呈现多元化的服饰文化。

来自英国皇家定制品牌“乔治布鲁摩”，邀约了英国皇家定制品牌(Holland & Sherry)和DASHING TWEEDS等2个顶级面料品牌联合参展，打造“纯手工裁缝工艺”。

据了解，通过这次展会的平台，有着180年历史的英国皇家定制品牌乔治·布鲁摩已初步与国内羊绒定制知名品牌且可韵达成合作意向，携手合作西服+毛衫高级定制，计划进军明年的伦敦时装周。

据该品牌引进人王标透露，乔治布鲁摩的首席裁缝大师法拉克·拜耶斯同本参展的我市一家知名男装品牌企业达成初步合作意向。今后，这位裁缝大师有可能会担任该企业的高级顾问，将英国高端定制服装产业引入到中国市场。

贺兰瑞被称为“英国面料三剑客”之一，是具有百年历史的世界顶级面料供应商，主要为大型高端服装生产企业提供面料。贺兰瑞国内总代理商张宗华先生告诉记者，这是第一次来参加展会，希望通过展会能打响品牌知名度，寻找更多在国内的发展机会。

Gepard是中东欧的一个鞋类品牌，主打皮鞋、登山鞋等。该品牌带来了具有独家专利的多款时尚登山鞋。和普通登山鞋相比，Gepard登山鞋最独特之处在于，它的鞋底在脚跟和脚掌部分别设计了两个可以反穿的嵌入式钢钉环。当爬山时，将钢钉凸起的一面朝外，增强抓地性能；走在平地时，将钢钉环反转过来，鞋底立刻变平了，可谓“一鞋两用”。该品牌负责人介绍：“这是我们第一次将该品牌带到国内展会上，希望能开拓其在中国的市场。”此外，来自韩国的十家优秀品牌通过服装、服饰、眼镜、鞋靴、箱包等精品展示，亮相品牌直销馆，传递韩国的时尚潮流文化；乌兹别克斯坦则组织了面料商、辅料商和服装服饰品牌参展。宁波服装节架起了沟通桥梁，引领国际品牌进入

中国市场，同时也为其他本土参展商提供了与国际品牌沟通交流 and 商贸合作的机会，有助于加快宁波服装企业转型升级的步伐，提高宁波服装品牌的国际化和时尚化水平。

释放创意设计能量
时尚盛宴华丽蝶变

5天时间，19场时尚趋势发布，和丰珍珠贝内一场场接轨国际潮流的时尚盛会精彩上演。包括有英国私人定制品牌乔治布鲁摩、塞尔维亚的Andrea Lazzari、Francois Eymeric等4个顶尖服装设计师品牌与SER FASHION水晶饰品联手演绎的发布秀、本土品牌U-JAR、且可韵、Steve&Vinian、ESBACK、ZENE的2016最新春夏发布秀等。

“我已经是第4次参加宁波国际服装节了，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。他说，目前，他正在和两个宁波本土的成熟品牌进行设计合作，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会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。

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”。

而国际会展中心4号馆，2016/2017秋冬中国纺织面料流行趋势发布，展示了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。

(易鹤 郁俏峰)

