



宁波到底够不够时尚？

听听甬城时尚产业从业人员怎么说

2019宁波时尚节暨第23届宁波国际服装节今日正式拉开序幕。本届服装节全新提升为宁波时尚节，成为一大亮点。

时尚到底是什么概念，宁波这座城市够时尚吗？10月23日，记者带着这个话题，采访了宁波多位时尚产业资深从业人员。



一个城市 越有活力越时尚

宁波登朝文化创意有限公司负责人
赵吟

“我觉得宁波是一座很时尚的城市。”赵吟说。

赵吟是宁波著名童模经纪人，也是一位时尚达人。在他看来，宁波的城市住宅、交通、环境、教育等领域处处都透露着时尚的元素。“当然，硬指标还是城市居民的生活观念。”赵吟说，“走在宁波街头，看看年轻男女的穿着，就能感受这座城市的时尚气息。”

他认为，一个城市时尚与否，通过市民出行时的穿着打扮，便可见一斑。“宁波经济基础好，因此一些大的品牌都会第一时间来到这里，也给追逐时尚的年轻人提供了更多的选择。”

赵吟仍记得1997年宁波举办第一

届服装节时的盛况：“那天来的明星艺人很多，柯受良、戴娆、景冈山等都是当时一线当红明星。哦，还有一名日本歌手，叫酒井美子。”

赵吟表示，20多年前宁波服装节的大手笔，已经为这座城市打下了时尚的烙印。

他认为，很多时候，时尚是一种生活态度，一种观念与品位，与金钱没太大关系。“这些年，文博会、中国—中东欧国家博览会、书展、服装节等大型展会，也为宁波提供了一个时尚交流的机会。”他认为，眼下宁波的东部新城、南部商务区、东钱湖新城等地正在吸引越来越多的年轻人加入，“一个城市越有活力，才越时尚。”

业内观点

汇聚城市发展的“时尚资本”

宁波市滨海城市文化研究院副院长、宁波市影视产业协会监事 朱友君

把时尚潮流做成产业，把时尚产业推向“变现”，是目前很多沿海城市快速发展的抓手之一。多年来宁波通过服装产业、影视产业、文具产业以及8号公园文创园区、和丰工业设计园区等载体，充分挖掘到了时尚创意带来的商业红利。在此基础上，再进一步成就时尚的“资本化”或“资源化”，将是宁波城市经济跨越进阶的新动能。

时尚是一副科技引擎。面对国际市场新形势，宁波很多传统产业都面临着用户需求升级、材料研发革命、供应链快速迭代等方面的挑战。也就是说，时尚不能再单纯作为产品的附加或陪衬，而是要从开发源头上、从功能设置上，让时尚起主角作用，让人工智能、物联网、汽车、节能环保等行业由时尚来引领和赋能，增强核心竞争力。时尚构建了宁波建设“246”万亿产业集群的应用场景。

时尚是一股消费力量。时尚本身就是每位市民、游客内心对宁波认同感的外溢表现，进而通过不同产品消费方式，形成了独特产业资源。打通供需双方的时尚认知通道，也就有效衔接上深层次消费意愿和群体性消费行为的生态闭环，缩短传播成本损耗。其中，文商旅深度融合是较为突出的时尚锋芒。无论是“文创+科技”爆品，或者“时尚+商综”高价小区，还是“赛事+景区”网红打卡地，都源自于消费者对时尚品质生活的高标准、高投入。时尚集合了宁波建设旅游胜地文化名城的持续流量。

时尚是一类城市资本。今年宁波服装节全新提升为宁波时尚节，不仅是一个行业节庆的定位转型，更是带动“全城时尚”的创意嘉年华。宁波的港口贸易规模和跨境电商体量是时尚产业集群化的基础，而宁波的城市开放包容和金融保险创新就成为时尚高度资本化的内核。从地铁东鼓道伴手礼到宁波博物馆，再到余姚阳明故里和宁波大学云创小镇，宁波的时尚已经融入到城市角落和民生百态，可以触摸到三江脉搏，也可以带走美食念想。如此，每位宁波人既是时尚的受益者，更是时尚未来的见证者和创造者。时尚夯实了宁波建设现代化国际海港城市的品牌魅力。

记者 施代伟 黎莉/文
受访者供图



宁波人 还是过于保守了

服装搭配师
密密

密密目前在宁波经营着一家男装全品类定制店，在闺蜜圈里，她是一位时尚辣妈，爱各种美美的服饰，爱时尚，爱生活。

密密认为，宁波人的性格还是相对保守务实的，因此一些很大胆、很前卫的潮流，在宁波并不多见。“大家的穿着和生活方式都会受到性格的影响。”密密认为，在宁波有关时尚潮流的派对还是少的。“比如在上海等城市，需要穿礼服的宴会比较多，而在我们宁波，这种宴会是偏少的。”

密密对服饰搭配颇有研究，她说，其实宁波很多人对穿衣打扮还是非常讲究的，只是这个圈子还非常小，“这个氛围

没有普及开来。”

密密认为，文化也是时尚的一种体现，据她了解，宁波其实深藏了不少顶级玩家，“全国玩音响最顶级的玩家就在宁波。”

这两年，宁波正在积极打造音乐之城，宁波交响乐团的演出，密密很喜欢。她建议，宁波应该多举办一些高层次的文艺展览及时尚沙龙活动，“大家通过艺术展览，可以提升自己的艺术品位和审美观。久而久之，一批品位相同、志趣相投的人，会走到一起，逐渐形成一个小圈子，并为这个城市注入时尚元素与活力，从而带动更多的人融入时尚圈。这样，整个城市的时尚艺术氛围会更浓厚。”



宁波企业 对时尚的觉醒算早的

时尚摄影师
李春锋

2000年，李春锋开始拿起相机，走进时尚摄影师的行列。彼时，时尚化元素也开始在宁波扎根，不少服装企业对于产品的“定妆照”也开始有了认知。李春锋的工作是帮服装品牌拍摄新品宣传册。

“宁波企业对于时尚的觉醒算是比较早的。当年我入行的时候，时尚摄影或者说服装摄影这一职业就已经在宁波兴起。”李春锋说。

事实上，作为服装产业周边的衍生领域，服装摄影的发展也从侧面印证着服装产业的发展。因为产业需求，如今宁波的专职拍摄服装硬照的时尚摄影师数量比当年多了不少。而从成熟质感的雅戈尔、

杉杉，到年轻活力的太平鸟、GXG、牧高笛，这几年宁波的服装品牌对于产品的视觉包装亦是越来越有国际范。

“我们能明显感觉到，宁波的品牌在审美和时尚认知方面正在不断发展，对摄影师和模特的要求也越来越高。早些年，这些品牌对拍摄所用的模特并不是太讲究，但现在，只要是叫得响的品牌，都会用国内一线或者国外模特。为了不与其它品牌‘撞人’，有不少企业更是花重金直接从意大利、法国请人。”李春锋说。

在李春锋看来，今天宁波男装的发展速度已然可以和国际接轨，由此带来的潮流感或许在不久的将来，能改变整个宁波时尚氛围。



宁波女性穿着“分数” 在不断提高

宁波梦芭丽丝商贸有限公司总经理
钱彩波

在鄞州南部商务区恒威大厦，商业科技企业集结。两个月前，中国新中式服装的领军品牌“盖娅传说”在此落户，这是该品牌除北京旗舰店之外，在全国开出的第一家分店。

“宁波女性在着装方面也是出了名的保守。宁波男装很出名，女装领域相对薄弱，进而又影响了宁波女性的穿着。”盖娅传说品牌引进方、宁波梦芭丽丝商贸有限公司总经理钱彩波说。

尽管先天氛围不够好，但这不代表宁波女性没有追求美的心。“例如很多女性在参加婚礼的时候，会为自己选一件漂亮的衣服，我觉得这就是比较好的开始。把这种习惯慢慢扩大适用范围，用

一些好的品牌给她们提供更多选择，慢慢的，我相信宁波女性在这方面的分数就会上来的。”

而对于宁波来说，更多领军品牌服饰的入驻，也丰富了宁波市场的高级成衣产品，给宁波女性更多接触时尚前沿的契机。“宁波人的消费水平本来就不差，随着宁波女性整体审美能力的提高，更丰富多元的服装也符合她们提升自我的需求。”钱彩波认为宁波人不够时尚，但恰恰是这一点成为宁波时尚消费的原动力，更是吸引优秀服装品牌进驻宁波的原动力。“相信在更多优秀品牌的引导下，宁波的时尚氛围终将有绽放的一天。”