

记者探馆2021宁波时尚节—— 科技、时尚一个不落 好逛、好买一样不少



昨天,2021宁波时尚节暨第25届宁波国际服装节启幕。在宁波国际会展中心6号馆,一场名为《彝川云月》四川凉山服饰秀惊艳全场观众。
记者 唐严 摄

昨天,2021宁波时尚节暨第25届宁波国际服装节(以下简称“时尚节”)正式拉开大幕。本次时尚节线下专业展在宁波国际会展中心1-4号馆、6号馆举办,在8号馆设立直销展,带来了一波时尚热潮新品。

更时尚、更前沿

在1号馆时尚力量展区,记者看到了来自韧和科技的一款采用碳纳米管复合膜加热技术的发热背心。用手触及面料,50℃的温暖便手中漾开来,在这样湿冷的天气里显得特别贴心。

该公司市场总监陈斌告诉记者,这项技术只需一个火柴盒大小的充电宝,就能满足一件衣服的加热需求。该款面料可进行机洗,方便用于日常服饰和家纺的使用。“目前已有一家著名家纺品牌采购了我们的产品并制作成加热毯量化生产。在不久的将来,将投用于更多服装领域,并为成衣领域带来变革。”

同样在1号馆,一款造型多变色彩活泼的熊公仔引起很多人特别是女性逛展者的注意。这个名为“星际熊”的小家伙是“博洋生活”联合广州一家公司共同打造的潮玩新品。

“以往大众对家纺的理解都是比较传统、

民族特色与传承话题

今年的时尚节上还特别开辟了凉山主题展厅,民族特色浓郁工艺品、精美的刺绣技艺征服了逛展者。展厅里,彝族阿婆阿西巫之莫正埋头飞针走线,黑色的布料在她手中慢慢展现出斑斓的色彩。

“真的太美了,感觉这一针针绣出来的不仅是一个花样,还有彝族的文化魂魄。”一位市民赞叹道。

记者了解到,除现场的各种展示外,参观的市民还可通过试穿民族服饰体验民族风情、拍照打卡,近距离感受古老又不失活力的彝族服饰文化的魅力。

作为和服装产业息息相关的高校,6号馆

直销展可以“扫货”

去服装节怎么可以没有“买买买”呢?在8号馆里多个知名品牌和服装企业带来了众多服装、家纺品类的高性价比产品。记者看到,不少商品都有1折、2折的诱人优惠。服饰中,不仅有过季的春夏装,还有很应季的冬装,不少市民买了后就直接乐滋滋地穿上了。

端庄的,而我希望做出更多受年轻人喜爱的家居潮款,让家纺散发出活力。所以品牌在定位上就用色彩、形制等元素去强调活力。”博洋生活总经理吴女士告诉记者,在坚守品质的基础上,将创新玩起来也是一个品牌生命力的表现。

近几年国潮风成了风靡全国乃至世界的IP。二号馆潮流原创展区,来自余姚的红传服饰是一家致力于场景化成衣定制的服装品牌。他们带来的国风美服一亮相就引来了众多赞美声。除了灵活运用中式元素,一些款式中也加入了撞色、休闲宽松的风格,让受众的群体更加广泛。

“国潮的流行确实让更多受众关注到了我们,不过当然也需要不断创造自己的标识符号才能让品牌持久,也是让国潮风获得更好延续的方式。”企业的相关负责人韩谷毅说。

的浙江纺织服装职业技术学院颇有些主场迎客的气势。展台前几十台老式缝纫机布成壮观的阵仗,让年轻人好奇,也让中老年逛展者感慨。而在浙纺院中英时尚设计学院副院长于虹眼里,它们更是“传承”的符号。

“缝纫机代表着服装行业的底蕴,当然我们更着眼于未来。今年我们带来的主题和未来有关——数字化的未来工厂是服装纺织行业将来必然的涅槃,我们已经开始走出扎实的步伐;关于面料环保性的探讨,也是服装行业未来可持续发展发展的一个缩影。”于虹表示,未来的服装产业将承载着更多和人类相关的课题,而这也是业内需要“传承”的话题。

据了解,今年时尚节为期4天,在1-4号馆、6号馆举办的专业展,市民可通过扫码注册进入,无需购买门票。想要去8号馆直销展“扫货”的消费者,可以通过关注时尚节公众号,以10元的优惠价购买门票。进入展馆需要出示健康码和行程码。
记者 黎莉

新兴品牌营销大会上 一大波“黑科技”亮相 新国货 不能只“消费情怀”

新国货“新”在哪儿?如今,在政策推动、科技发展和新消费崛起的背景下,越来越多的国货主动转型升级、对接市场需求。昨天,在时尚节新兴品牌营销大会上,宁波男装品牌白小T提出要“以科技定义服装”,并首次将国家级重点实验室的创新成果搬到现场。

白小T带来一大波“黑科技”

在现场,白小T展示了一款面向消费市场的“宇航服”——采用世界十大新材料之首的气凝胶打造。

据了解,气凝胶中90%都是空气,被认为是世界上最轻和导热系数最低的固体材料,该款“宇航服”全衣采用4毫米气凝胶面料填充,保证其够轻够暖的特性。

白小T创始人张勇穿上这款“宇航服”,进行了零下196℃的液氮直喷抗寒实验。据了解,零下196℃的液氮直喷环境,可快速冰冻鲜肉、番茄等,但穿上了气凝胶材质“宇航服”后,其表面温度仅下降了2.2℃。

现场还发布了多款高端新型科技材料应用到纺织领域的功能性服装,肉眼可见的显性科技呈现在大众面前,观众可试穿感受“未来服装科技”,如集防臭、防紫外线、速干为一体的运动T恤,采用荷叶膜疏水的“三防”白T恤(防水防污防油),3D气凝胶T恤,用金属相变材料制作的“三能”高科技鞋垫(吸能储能放能)等。

据了解,白小T与国家级重点实验室合作,研究科技和服装的关系;同时展开校企合作,把服装材料相关技术转化为市场能力;和央企、军工企业、纳米实验室深度合作,研究科技在服装上如何呈现、服务于人。

新国货不能只“消费情怀”

在张勇看来,要做可持续的新国货品牌,硬核产品力是核心,而不能只“消费情怀”。在打造产品力上,张勇坚持“四个高”的基本逻辑,“除了‘高科技’这一差异化路径外,产品还应该具备‘高颜值’,包括包装、产品、设计、视觉各个方面;‘高品质’,生产的每一件商品都进入日系全检公司,对外观、染色、缝制、后整、包装等进行全检;以及‘高社交属性’。”

白小T有一个新国货愿景:让用户花十分之一的价格穿大牌。

为此,白小T打造了30000平方米生产基地,设计、版型、面辅料、工艺等均对标奢侈品牌等级供应链,工期缩短到原先的1/4;与此同时,采用信息化生产管理系统,从前置备料到滚动流水,实现15-30天高效快反,解决传统服装企业翻单速度慢、货品周期无法快速迭代、库存堆积等问题。

据了解,白小T目前在抖音、腾讯T恤品类排名中位列第一,是“抖音男装”第一品牌,用户的综合季度复购率接近20%,单月私域流量运营营收已突破1300万元,用户忠诚度和复购率稳步提升。预计2021年GMV(品牌入驻电商平台的全年成交金额)7亿-8亿元,增长势头强劲。

记者 史妮超